

EXPERIENCIAS TURÍSTICAS QUE SE PRESENTAN GRACIAS A LA
ADECUACIÓN OFRECIDA POR EL MUSEO CASA DEL FLORERO

SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN
TURISMO INTEGRAL PARA TODOS

KATHERIN DIAZ TOSCANO
MARIANA MARTÍNEZ GUERRA
DARWIS SHARIF GARAVIZ RODRIGUEZ

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – (UNIEMPRESARIAL)
CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA III
BOGOTÁ, COLOMBIA
AÑO 2018

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	4
PALABRAS CLAVES	4
ABSTRACT	5
KEY WORDS	5
1. INTRODUCCION.....	6
2. PROBLEMA DE INVESTIGACION	7
3. PREGUNTA DE INVESTIGACION.....	8
4. OBJETIVOS	8
GENERAL	8
ESPECIFICOS.....	9
5. JUSTIFICACION	9
6. MARCO TEORICO	10
7. METODOLOGIA	16
7.1. MATRIZ DE EVALUACIÓN TURÍSTICA - SERNATUR.....	17
7.2. ENCUESTAS A TURISTAS.....	24
7.2.1. MEDIO O SOPORTE FISICO AMBIENTAL (PREGUNTAS 7 Y 8)	27
7.2.2. HOSPITALIDAD Y ACOGIDA (PREGUNTAS 2 Y 3):.....	28
7.2.3. LIBERTAD DE ELECCIÓN, (PREGUNTAS 9 Y 10):.....	30
7.2.4. NIVEL DE IMPLICACIÓN DE TURISTA (PREGUNTAS 1 Y 6):	32
7.2.5. SERVICIO FINAL PRESTADO (PREGUNTAS 4 Y 5):.....	33
7.3. MÉTODO DE ANÁLISIS ADMINISTRATIVO - ANÁLISIS DOFA.....	35
8. PROPUESTAS DE MEJORA	3
9. CONCLUSIONES	4
BIBLIOGRAFÍA.....	6
ANEXOS.....	9
ANEXO No.1.....	9
ANEXO No. 2.....	11

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. MATRIZ DE EVALUACION TURISTICA SERNATUR	19
TABLA 2. COMPONENTES DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS SEGÚN SMITH	24
TABLA 3. FICHA TECNICA ENCUESTAS	25
TABLA 4. ANALISIS DOFA	36
TABLA 5. ESTRATEGIAS DOFA	1

ÍNDICE DE GRÁFICA

<i>FIGURA 1: GÉNERO</i>	26
<i>FIGURA 2: EDADES</i>	26
<i>FIGURA 3: PREGUNTA NO. 7</i>	27
<i>FIGURA 4: PREGUNTA NO. 8</i>	27
<i>FIGURA 5: PREGUNTA NO. 2</i>	29
<i>FIGURA 6: PREGUNTA NO. 3</i>	29
<i>FIGURA 7: PREGUNTA NO. 9</i>	30
<i>FIGURA 8: PREGUNTA NO. 10</i>	31
<i>FIGURA 9: PREGUNTA NO. 1</i>	32
<i>FIGURA 10: PREGUNTA NO. 6</i>	33
<i>FIGURA 11: PREGUNTA NO. 4</i>	34
<i>FIGURA 12: PREGUNTA NO. 5</i>	34

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, consiste en verificar la disposición actual del Museo de la Independencia Casa del Florero basado en la percepción que tienen sus visitantes frente a esta.

El problema de investigación se enfocó en analizar los aspectos que relacionan la disposición del Museo de la Independencia Casa del Florero con las experiencias de sus visitantes, perspectivas fundamentales para el desarrollo del turismo experiencial dentro del atractivo turístico. Dicho análisis pretende categorizar las experiencias turísticas que se presentan gracias a la adecuación ofrecida por el Museo Casa del Florero con el fin de interpretarlas y lograr listar posibles mejoras que permitan acrecentar las experiencias de los visitantes en el mismo. El problema, por otra parte, surge de la oportunidad que tiene el Museo y la ciudad de Bogotá para aumentar el dinamismo del sector junto al progreso socio-económico y la importancia del desarrollo de esta tipología de turismo gracias a su potencial descrito por el gobierno actual de la ciudad.

La investigación se llevó a cabo con base en una metodología mixta (cuantitativa y cualitativa) obteniendo información de fuentes literarias, métodos administrativos, evaluación del atractivo turístico y encuestas dirigidas a visitantes del Museo de la Independencia Casa del Florero. Se analizan las perspectivas de los visitantes categorizándolas en 5 variables obtenidas dentro del marco teórico. Lo anterior, amparó el desarrollo de conclusiones y posibles mejoras, que pretenden ayudar al Museo de la Independencia Casa del Florero a obtener una visión general de la percepción obtenida por sus visitantes y cómo influye su adecuación y/o disposición en la experiencia de su visita, con el fin de tomar decisiones sobre la prestación de su servicio turístico.

PALABRAS CLAVES

Turismo, turismo experiencial, museo, turistas, visitantes, análisis, disposición, y metodología.

ABSTRACT

The present work of investigation, consists of verifying the present disposition of Museo de la Independencia Casa Del Florero based on the description of the perception that have their visitors in front of this one.

The research problem focused on analyzing the aspects that relate the layout of the Museo de la Independencia Casa Del Florero with the experiences of its visitors, fundamental perspectives for the development of experiential tourism within the tourist attraction. This analysis aims to categorize the tourism experiences that are presented thanks to the adequacy offered by the Museum, in order to interpret them and achieve possible improvements that increase the experiences of visitors in it. The problem, on the other hand, arises from the opportunity that the Museum and the city of Bogotá have to increase the dynamism of the sector together with socio-economic progress and the importance of the development of this type of tourism thanks to its potential described by the government current city.

The research was carried out based on a mixed methodology (quantitative and qualitative) obtaining information from literary sources, administrative methods, evaluation of tourist attraction and surveys directed at visitors to the Museo de la Independencia Casa Del Florero. The perspectives of the visitors are analyzed by categorizing them into 5 variables obtained within the theoretical framework. The foregoing, supported the development of conclusions and possible improvements, which intend to help the Museum to get a general view of the perception obtained by its visitors and how it influences their adequacy and / or disposition in the experience of their visit, in order to make decisions about the provision of its tourist service.

KEY WORDS

Tourism, experiential tourism, museum, tourist, visitors, analysis, layout and methodology.

1. INTRODUCCION

“La gente olvidará lo que dijiste, la gente olvidará lo que hiciste, pero las personas nunca olvidarán cómo las hiciste sentir” (Angelou, NF). En un mundo globalizado en donde las condiciones de las ciudades estandarizan la vida de las personas, crean brechas emocionales e inestabilizan sus relaciones personales, se encuentra el turismo como una forma positiva para romper esquemas y crear experiencias únicas para compartir y recordar.

Bien se sabe que el turismo tiene un impacto económico global donde es responsable del 10.4% del PIB mundial y 313 millones de empleos, o 9.9% del empleo total, en 2017 (World Travel & Tourism Council, 2018). En consecuencia, existe una alta variedad en tipos de turismo, que generan gran diversidad de impactos condicionando sus diversas magnitudes en función de su origen y propósito (Ibáñez, 2012).

Por su parte, el turismo experiencial busca que el visitante se lleve del destino una vivencia y experiencia acorde a su expectativa y razón de su viaje; experiencias que generan recordación e historias para contar que inspiran, aportan y aumentan de forma personal, académica y/o espiritual a personas que deciden visitar e interactuar en cualquier destino, los prestadores turísticos contribuyen al desarrollo de estrategias para el crecimiento y preservación de la economía, la cultura, el medio ambiente y el desarrollo sostenible de la ciudad de Bogotá, por lo anterior, la experiencia turística no es otra cosa que un conjunto de impresiones físicas, emocionales, sensoriales, espirituales y/o intelectuales, que son percibidas de manera diferente por los turistas, desde el momento en que planifican su viaje y lo disfrutan en el destino elegido e incluso cuando vuelven a su lugar de origen y recuerdan su experiencia. (Otto and Ritchie, citado en Mateos, 2013).

Por lo anterior, surge el interés por indagar cómo la disposición del Museo de la Independencia Casa del Florero se desenvuelve dentro de un espacio turístico que busca desarrollar nuevas formas de turismo, para este caso experiencial, que permitan dinamizar la oferta turística de Bogotá, generando reconocimiento a nivel nacional e internacional, aportando al crecimiento de la industria en el país y mejorando el atractivo turístico; por ello, este trabajo investigativo realiza un diagnóstico situacional del Museo de la Independencia Casa del Florero, una evaluación turística del atractivo, recolección de información que permiten conocer las perspectivas de sus visitantes y un planteamiento de ideas que pueden

ser llevadas a cabo por el Museo en la capital colombiana, lo mencionado, a través de una metodología de origen cuantitativo y cualitativo con enfoque descriptivo.

2. PROBLEMA DE INVESTIGACION

En la industria turística los museos juegan un papel fundamental en la preservación y protección del patrimonio cultural colombiano, lo cual, fortalece a la diversidad cultural de las regiones y resalta la importancia de cómo se conserva, investiga y comunica la cultura a las nuevas generaciones a la par con la modernización del desarrollo museográfico utilizado para acrecentar el turismo cultural en el país.

Por consiguiente, uno de los pilares para contribuir con el crecimiento de este tipo de turismo es interpretar la experiencia del visitante, la cual, permite reconocer el interés hacia la cultura material de la sociedad y sus tradiciones, la necesidad de crear puentes hacia espacios y tiempos desconocidos y el comienzo de un diálogo con voces tradicionalmente excluidas (calvo, 2017, p. 1). Debido a esto, es necesario crear una extrema relación con todo lo que el Museo de la Independencia Casa del Florero posee, basándose en el vínculo que existe entre la experiencia de las personas y lo que este ofrece para llegar a mejorar la forma en que cada uno trabaja y trae al presente hechos históricos de la Independencia colombiana de forma llamativa e innovadora interactuando con los visitantes de tal manera que formen parte importante de la exposición y no sean solo espectadores.

Con el Museo de la Independencia Casa del Florero se requiere conocer la evolución en su historia como edificación y símbolo cultural por dos razones, la primera para evaluar su estado físico actual puesto que es una construcción que data de finales del siglo XVI y principios del XVII en estilo árabe, el cual, es típico de las construcciones coloniales y se caracteriza por sus muros blancos y por sus puertas, ventanas, balaustradas y balcones verdes. (Programa fortalecimiento de museos, 2013). Es importante y cabe resaltar que esta construcción tiene mucho interés para la historia socio-política de su tiempo, por ello, es que se necesita profundizar en la importancia que tiene el mismo para la ciudad y el país en general; la segunda para analizar su disposición frente al turismo experiencial promoviendo conocimiento y vivencias significativas a los turistas que lo escogen como atractivo turístico a visitar.

Uno de los cambios más significativos que tuvo el museo, después de convertirse en un lugar importante debido a los hechos ocurridos el 20 de Julio de 1810, en donde se dio origen a la nación independiente; fue entre los años 2004 al 2010, en donde se realizó un proyecto de renovación para festejar el Bicentenario de la Independencia de Colombia, este proyecto quiso dar un vuelco radical al significado y la forma en que las personas veían este lugar, dándole un sentido participativo, en donde las personas vieran el significado de la independencia desde la perspectiva actual y mejorando así la percepción de los visitantes sin perder el significado especial de este lugar.

En la actualidad y después de este gran cambio, el Museo de la Independencia Casa del Florero mezcla de forma creativa muchos elementos que tiene como fin crear una experiencia a sus visitantes. Los recorridos se llevan a cabo por guías altamente preparados que, además de su tema principal, cuentan con diferentes herramientas temáticas que permiten entender desde una visión diferente el concepto de independencia, mezclando los sucesos que han marcado la historia de Colombia, los cuales, aún siguen siendo conmemorados por sus visitantes. Por lo anterior, se debe realizar un comparativo detallado que identifique si los esfuerzos del museo por mejorar su disposición están generando experiencias en los turistas.

3. PREGUNTA DE INVESTIGACION

- ¿Se relaciona la disposición del Museo de la Independencia Casa del Florero con las experiencias obtenidas por sus visitantes?

4. OBJETIVOS

GENERAL

Verificar la disposición del Museo de la Independencia Casa del Florero con el fin de identificar su relación con las experiencias de los visitantes en el momento de su recorrido por el mismo.

ESPECIFICOS

- Describir la disposición ofrecida por el Museo de la Independencia Casa del Florero a través de herramientas de administración turística que evalúen y analicen el estado actual del mismo.
- Categorizar las experiencias obtenidas por los turistas que visitan el Museo de la Independencia Casa del Florero por medio de un análisis teórico con el fin de interpretarlas.
- Relacionar la adecuación del Museo de la Independencia Casa del Florero frente a las experiencias obtenidas por sus visitantes con el fin de listar posibles mejoras.

5. JUSTIFICACION

La presente investigación se enfoca en relacionar la disposición del Museo de la Independencia Casa del Florero con las experiencias obtenidas por los visitantes y su posible mejora aprovechando, de esta forma, su capacidad para aportar al dinamismo del museo y su crecimiento como atractivo turístico.

El sector turismo representa una atmosfera de desarrollo económico y social de la ciudad. Bogotá tiene un gran potencial para reforzar y mejorar el desarrollo turístico de sus atractivos, servicios y su calidad en la acogida; sin embargo, se observan limitaciones para transformar ese potencial y generar ventajas competitivas, que consoliden su condición atractiva y se logre así motivar a los viajeros no solo a visitar la ciudad sino a incrementar su permanencia (Peñalosa, 2015).

La experiencia según la real academia española (RAE) es, entre otras cosas un acontecimiento vivido por una persona y el hecho de haber presenciado algo; lo que está estrechamente relacionado con la prestación de servicio, en este caso de servicios turísticos, que obligan al traslado del visitante de un lugar a otro y en donde la atención, el trato personal y la transmisión de vivencias, cultura, historia y como tal toda la esencia e identidad del lugar se transmiten (Rivera, 2013). Por lo anterior, las experiencias buscan crear en su protagonista vivencias que se diferencien de sus actividades habituales.

Por lo tanto, Urry (citado en Mantecón, 2008) explica que la búsqueda de autenticidad no es en realidad uno de los factores básicos en entorno a los cuales se organiza

la actividad turística. Es más importante la búsqueda de experiencias, tanto si son auténticas como si no lo son. Es así como los prestadores de servicios turísticos, en este caso, el museo de la independencia casa del florero en la ciudad de Bogotá, debe interpretar las experiencias que tienen los turistas al llevar a cabo sus recorridos y la forma en que presente la información para lograr una perspectiva diferente en ellos; y por ende su reacción positiva que beneficia a la ciudad como destino en general, ya que se le debe dar valor al viaje, teniendo en cuenta la manera en que aprecia cada lugar y sus detalles. Por lo anterior, (mantecón, 2008) construye la categoría del post-turista, la cual, hace referencia a las personas que no asumen o aceptan la falta de autenticidad en el conjunto de elementos que dan la experiencia turística. Esto permite entender la discrepancia con ciertas tendencias asociadas a lo que se llamó “turismo de masas”; en síntesis, el post-turista se puede definir como un tipo de turista explorador, que se interesa en el destino sin exigir mayores condiciones y donde se representa su experiencia en su visita, más no en la actividad a realizar. De esta forma el post-turista refleja una clara inclinación hacia la autenticidad del territorio visitado, a la personalización del servicio adquirido y a las experiencias que allí pueda disfrutar, dado esto lo importante es alcanzar sentimientos, vivir experiencias placenteras y solo hasta cierto punto diferentes (Cohen, citado por mantecón, 2008).

Por ello, evidenciando el potencial que tiene la ciudad de Bogotá es viable apostar al refuerzo turístico guiado a una generación de experiencias que expulsaran los sistemas repetitivos de explotación turística en la ciudad para estimular aquellos sentimientos fuera de la rutina de las personas, teniendo en cuenta su propósito de visita, en este caso enfocado a un ámbito cultural e histórico que aporta el museo de la independencia casa del florero a la experiencia que tiene el visitante.

6. MARCO TEORICO

“El museo es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo” (Consejo Internacional de Museos, 2012) dado a lo anterior, se da un abrebocas al contexto de los museos.

Al definir un museo y sus experiencias es necesario remontar a su origen. En la antigua Grecia existieron templos de musas donde se lograban expresar diferentes tipos de poesía, este era un lugar sagrado que frecuentemente visitaban los griegos, además, se consideraban las diosas de la memoria. Continuando, en Alejandría la dinastía Ptolemaica, se levantó un museo dedicado al fomento y desarrollo de todas las ciencias y era un lugar predilecto para tertulias realizadas por los literatos y sabios que allí vivían, sin embargo, todo era financiado por el Estado. Gracias a este museo se fue desarrollando progresivamente la Biblioteca de Alejandría.

Enrico Crispolti dio a conocer al museo como un “Servicio cultural, público, relacionado con la documentación y con la experiencia de las inquietudes figurativas, visuales y objetuales del presente siglo. Servicio activo y no sólo centro de conservación de obras, aunque sólo sea en un sentido no estadístico” (Crispolti, 1971, Pág. 1) lo que aportó a la comprensión de un lugar cíclico, con la responsabilidad de conservar objetos de alto valor histórico y que, sin embargo, no se queda atrás en el tiempo por su función, motivo por el cual debe evolucionar para la prestación de su servicio generando así experiencias positivas para los turistas que lo visitan.

En la actualidad, la capital colombiana como el centro cultural del país, cuenta con diversos museos que contienen una particularidad dependiendo de su temática, en donde se exponen obras de arte, objetos precolombinos, armas, piezas religiosas y elementos experienciales que dan testimonio de la tradición e idiosincrasia nacional (Alcaldía Mayor de Bogotá, Instituto Distrital de Turismo y Corporación Topofilia, 2016). Un ejemplo de lo expresado anteriormente es el caso del Museo de la Independencia Casa del Florero como museo representativo de la ciudad de Bogotá gracias a la historia que él conserva, tanto de la independencia del país, como de su infraestructura en general, dada su importancia conmemorativa hacia momentos políticos presentados para hacer de este un lugar de rememoración historia sobre el periodo de la independencia y que permitan interpretar temas de la memoria histórica y la participación ciudadana.

Este museo está reglamentado por las normas del patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura bajo la Ley 397 de 1997 del Ministerio de Cultura, que, por intermedio del Museo Nacional de Colombia, ha tenido la responsabilidad de orientar la política para el desarrollo del sector museístico del país. De acuerdo con esta ley, el Museo tiene a su cargo

las siguientes obligaciones en relación con las entidades museales del país: promover el fomento de los museos a nivel nacional, promover la investigación científica y el incremento de las colecciones, promover la especialización y tecnificación, promover la protección y seguridad de los museos, promover la conservación y restauración de las colecciones y sedes de los museos, promover el control de las colecciones y gestión de los museos públicos y privados y asesorar la generación de recursos.

Además, durante los años 2008 y 2009 se construyeron las bases para la política sectorial a través de la Red Nacional de Museos, la cual benefició a este museo por su función social y la necesidad de enfocar su misión hacia la preservación del patrimonio para ponerlo al servicio de la comunidad con los conceptos de inclusión, reconocimiento, diversidad, identidad y participación de las comunidades dentro de las nuevas prácticas museales.

Finalmente, correspondiendo con estos propósitos, el programa de fortalecimiento de museos (PFM) ha promovido en el museo la conformación de espacios de participación que permitan la discusión y toma de decisiones desde el sector museal en el ámbito nacional, para lo cual, en el 2012 se creó la Mesa Nacional de Museos y, un año más tarde, se fundó el Consejo Nacional de Museos y con base en la Resolución 1975 de 2013, se estableció la estructura organizativa, se determinaron las funciones de las redes y se conformó el Consejo Nacional de Museos, instancia democrática de participación y representación de las entidades museales del país, cuya principal tarea es contribuir a orientar la política sectorial en un diálogo constante entre el Estado y el sector museístico. (UNESCO e ICOM, 2006).

Lo anterior, abre caminos para un desarrollo integral e incluyente bajo los pilares económicos, medioambientales y socioeconómicos que, con una adecuada oferta, herramientas innovadoras y proposicionales puede traer consigo nuevas formas de turismo para la capital del país que beneficien y promuevan su marca ciudad como referente nacional para el desarrollo empresarial con el apoyo de la investigación y profundización en el tipo de turismo experiencial que se quiere potencializar; creará grandes ventajas por encima de otros destinos similares a Bogotá.

Debido a esto, (Smith, 1999) realizó la identificación de cinco (5) de los componentes más importantes de los productos turísticos que se presentan como soporte para que los turistas al momento de realizar el recorrido por algún recurso o atractivo logren adquirir una experiencia más fácil, rápida y placentera, estos componentes son:

- Medio o soporte físico-ambiental,
- La hospitalidad y acogida por parte de la población local y los prestadores de servicios turísticos,
- Servicio final prestado,
- La libertad de elección para el cliente,
- Nivel de implicación del turista.

Para el autor Smith explica, que las variables presentadas pueden variar según el tipo de atractivo del que se trate, pero todos los atractivos turísticos los incorporan. Estos, hacen parte de los productos y deben reunir diferentes elementos que lleven a la planta física, la cual, se cataloga como base de dicho producto turístico y comprende atractivos, recursos naturales e instalaciones en las que se desarrollan actividades turísticas. La planta física también puede hacer alusión a las condiciones meteorológicas y ambientales del destino turístico visitado. Lo escrito anteriormente, tiene una gran influencia en la experiencia del turista y la perspectiva del potencial; esta puede ser mejorada mediante políticas y protección del medio ambiente, accesibilidad o mejoras en las instalaciones (Gunn, 1988).

Gracias a esto, la planta física comienza desde el cumplimiento de una serie de servicios que la hagan utilizable como destino turístico. Smith (1994) según el autor, indica que los servicios son responsabilidades donde se visualiza el objetivo de satisfacer las necesidades del visitante. Esto, abre un camino para determinar la calidad del servicio prestado, en el cual, se observan las características de los funcionarios y sus habilidades para dar cumplimiento a las tareas propuestas. Grönroos (1994) profundizó en aspectos relacionados con la calidad en la prestación de los servicios, en el cual, se resalta la importancia entre relación con diversos sectores de actividad. Una vez presentado el nivel de calidad del servicio es donde ahonda el producto turístico en otro tipo de elementos como la actitud y la forma en la que se presentan los servicios, este, con el fin de ofrecer una propuesta de valor que logre marcar la diferencia en la percepción de los turistas para con los servicios recibidos. Para Smith (1994) es posible diferenciar la calidad en el servicio de la hospitalidad, argumentando con un ejemplo basado en un mostrador de recepción de un hotel, el cual para esta investigación sirve de guía, si el servicio se presta de forma correcta y de acuerdo con

las especificaciones establecidas en la gestión del museo, se habrá hecho con calidad; pero si además, el servicio se ofrece con una sonrisa, amabilidad y, en general, yendo “más allá” o añadiendo valor al cumplimiento de los procedimientos considerados formales, se conseguirá transmitir hospitalidad al visitante.

Por su parte, la libertad de elección se refiere a la necesidad de que el turista o visitante pueda acceder a un abanico de posibilidades o alternativas que le permitan hacer gozar su experiencia; mientras que el grado de libertad varía en función del tipo de viaje que se lleve a cabo, el presupuesto destinado y la disponibilidad que ofrezca el atractivo turístico a visitar. Junto a estas consideraciones, todo producto turístico debería ofrecer cierto grado de elección al visitante, con el objetivo de hacer positiva la experiencia de su visita.

Acto seguido, en el aspecto de la libertad de elección se recalcan firmemente los viajes recreacionales o de placer. Como prueba de ello, Mannell y Bradley (1986) han hecho de esta variable parte vital de la experiencia turística. El visitante percibe un mayor grado de confort si dispone de más opciones para tomar, por lo cual, es importante que logre decidir si desea o no ejercer ese derecho de libertad. En esta situación, la base para el éxito de la participación del cliente en relación con el producto turístico, es que se dé una combinación positiva de los demás elementos que conforman el modelo, los cuales son: la planta física, el servicio, la hospitalidad y la libertad de elección. La implicación del cliente significa una participación física, sin embargo, se debe crear un compromiso con la actividad que de una vivencia más intensa de la misma. Finalmente se necesita tener en cuenta que una inmoderada implicación del turista en cada actividad del viaje puede llegar hacerle perder la perspectiva de valorar adecuadamente los demás elementos que ofrece del producto turístico, como el servicio de alojamiento, alimentación o el transporte.

Concluyendo el modelo presentado por Smith (1994), el autor indica que si el producto turístico se lleva a cabo de forma adecuada la unión entre implicación, libertad de elección, servicio correcto, hospitalidad, junto a una planta física de calidad, que incluya un entorno agradable y accesibilidad, se puede garantizar la calidad y satisfacción para el visitante del atractivo.

Al entender lo anterior resulta de vital importancia interpretar si las experiencias que los turistas reciben cumple con sus motivaciones, expectativas y necesidades que se presentan

en el proceso de conformación de los productos turísticos experienciales (Obenoura, Pattersonb, Pedersenc y Pearsond, 2006)

Como ya se había mencionado, la experiencia no solo es un acontecimiento vivido por una persona y el hecho de haber presenciado algo que se diferencie de sus actividades habituales, también un proceso que no sólo corresponde al momento de viajar, sino que inicia anticipadamente, desde el momento de planear el viaje y no termina al concluir el viaje, sino que se alarga a aquellos momentos de recuerdo y reflexión posteriores al mismo. (Gama y Favila, 2017, p. 203).

Por este motivo se debe realizar un análisis mucho más detallado de las experiencias que los turistas tienen al momento de visitar algún recurso o atractivo turístico; “El viaje a un destino turístico es siempre una experiencia para el turista, de mayor o menor significado, pero una experiencia, las cuales se producen cuando los consumidores buscan un producto, cuando lo compran y reciben el servicio, y cuando lo consumen”. (Fuentes et al., 2015). Por ello, se categorizan dependiendo del ámbito en donde el turista o visitante se encuentre:

- Activas: en las cuales la persona se hace partícipe de la acción en general (turismo rural y comunitario);
- Pasivas: en donde la persona participa viendo algún espectáculo (Representación de sucesos). (Gama y Favila, 2017, p. 199)

En estas el visitante lleva consigo una experiencia buena o mala del lugar visitado. Incluso, es fundamental apostarle también a aquellas personas que reciben por el voz a voz las experiencias de los demás, puesto que si la experiencia fue positiva o negativa la otra persona tendrá una visión del lugar antes de visitarlo. No obstante, hay que tener en cuenta que la experiencia no es un producto que se puede comercializar o un servicio que se puede prestar, es simplemente un resultado de la interacción de la persona con el entorno o cierta actividad realizada, este resultado queda en la mente para poder recordarlo e imaginar situaciones futuras iguales o mejores.

También, se encuentran los principios de la experiencia turística desde una visión económica y de mercado en donde se especifica que si bien la experiencia no es un producto si se relaciona con el mismo para hacer que suceda, es decir, la experiencia es la recordación con la cual el turista sale del Museo de la Independencia Casa del Florero y el producto son

los objetos de la época de la Independencia que se encuentran, la narración y el espacio físico que hace que el turista tenga una vivencia en ese determinado espacio esto basado en dos de cinco de los componentes que según Smith (1999) un producto turístico debe tener: la libertad de elección para el cliente y la hospitalidad y acogida por parte de la población local y los prestadores de servicios turísticos. Por ello, en la actualidad se plantea el término “Industria de experiencias” que hace relación a que la persona está dispuesta a pagar por el hecho de tener una experiencia espectacular, en efecto, las experiencias suceden cuando el turista busca el lugar a visitar, paga por la entrada y el recorrido, reciben dicho servicio y lo consumen o termina su recorrido.

Y por último, hay que especificar que la experiencia turística también es una actividad desarrollada por el desplazamiento a otro lugar con diferente cultura con el propósito de “escapar de la rutina”, “hacer algo diferente” aprendiendo, visitando y explorando nuevos espacios, lo cual desencadena una serie de actividades y comportamientos que hacen que las personas interactúen con dicho entorno y sociedad. Por esto, la presente investigación se focaliza en un museo histórico y cultural, un museo que tiene gran potencial para que los visitantes se lleven la mejor experiencia, el Museo de la Independencia Casa del Florero.

7. METODOLOGIA

Para recolectar la información necesaria, veraz y consecuente se lleva a cabo una metodología con enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), para esto se han establecido tres herramientas principales de análisis: Matriz de Evaluación Turística - Sernatur, Encuestas realizadas durante esta investigación a turistas que visitan el museo fines de semana (nacionales y extranjeros) y Método de análisis administrativo - DOFA, los cuales, funcionaran en conjunto como mecanismos dirigidos a recolectar, conservar, analizar datos y el entorno sobre la experiencia del turista frente a los servicios puestos a su disposición para el disfrute del Museo de la Independencia Casa del Florero a través de los cuales se hace posible su oferta turística y la obtención de la información requerida para la investigación.

La investigación llevada a cabo, se enfoca principalmente en la relación entre la perspectiva de los visitantes frente a las experiencias turísticas que ofrece la disposición general del Museo de la Independencia Casa del Florero. A partir de esto, se conoce la

percepción de los turistas por medio de tres métodos de investigación anteriormente mencionados, los cuales se exponen a continuación:

7.1.MATRIZ DE EVALUACIÓN TURÍSTICA - SERNATUR

Esta matriz tiene su origen en el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) la cual es la entidad encargada del servicio público chileno que investiga, planifica, fomenta, promueve y coordina la actividad turística del país, la cual utiliza indicadores que califican aspectos necesarios y puntuales que en el presente caso, permite conocer el estado del Museo de la Independencia Casa del Florero y los posibles cambios a realizar.

Para realizar la respectiva calificación del museo se hace necesario presentar escalas de evaluación, por lo cual, se establecen diferentes niveles de calidad para cada uno de los criterios que dan a conocer la información general del Museo de la Independencia Casa del Florero, sus características utilizadas para ser atractivo turístico de la ciudad de Bogotá, evalúa los puntos diferenciales que lo clasifican como museo y presenta indicadores detallados de su competitividad.

La matriz se compone de tres partes principales:

1. Información general: en esta primera fase se presenta el nombre del atractivo turístico, su ubicación e indicaciones de acceso al lugar, información de contacto (Teléfonos, correo electrónico, nombre del director y/o persona encargada), entidad gubernamental que lo rige, sitio web y/o redes sociales e información que sea de vital importancia a la hora de realizar alguna evaluación o presentación. La matriz debe contener información de tarifas diferenciando precios (si es el caso en donde la tarifa sea diferente según políticas del lugar) bien sea para niños, adultos, estudiantes, grupos o extranjeros. Presenta la información detallada de los servicios que se ofrecen para todo tipo de público, la cantidad de personas que visitan el lugar (dependiendo del rango de días que se desee evaluar) y si este cuenta con los elementos básicos de seguridad. Y por último debe contener el dato del tipo de visitante valorándolo como local, nacional o extranjero; la información del acceso bien sea restringido, si solo tiene vista exterior para el público o permanente, si es así, debe tener especificados los horarios en los que está disponible el acceso.

2. Información para el producto turístico: para la segunda fase se realiza un análisis y descripción del inmueble (Historia, construcción, adecuación, etc.) que especifique a lo que el atractivo ofrece; de la misma manera se presenta la descripción de las obras y/o colecciones que se encuentran en el lugar, bien sean permanentes o temporales especificando las características más importantes de las mismas; se deben mencionar las actividades que se pueden realizar en el lugar, estas pueden ser recreativas, interactivas, lúdicas, entre otras; y por último la matriz debe mencionar atractivos referentes de la misma línea temática que se está manejando como lo es la cultura e historia para el caso del Museo de la Independencia Casa del Florero.

3. Calificación: la última fase resume y relaciona las dos fases anteriores con la clasificación del atractivo, el significado que presenta bien sea local, regional, nacional o internacional dependiendo su reconocimiento, se detallan las debilidades que se vieron reflejadas al momento de realizar la visita al Museo de la Independencia Casa del Florero, comentarios finales y fotos del recorrido registrando el lugar.

TABLA 1. MATRIZ DE EVALUACION TURISTICA SERNATUR

SEMILLERO TURISMO INTEGRAL PARA TODOS									
Identificación y Caracterización del Museo Casa del Florero									
1. INFORMACIÓN GENERAL DEL MUSEO									
1.1. Nombre del museo	Museo de la Independencia Casa del florero								
1.2. Dirección	Carrera 7 # 11 - 28								
1.3. Nombre del director	Elvira Pinzón Méndez								
1.4. Entidad administradora	Ministerio de Cultura								
1.5. Persona Contacto	Emma Zapata Campos								
1.6. Teléfono	3344150 - 3014154415								
1.7. Correo Electrónico	ezapata@mincultura.gov.co								
1.8. Página Web	http://www.museoindependencia.gov.co/Paginas/default.aspx								
1.9. Indicaciones Acceso	Estación de transmilenio las Museo del Oro - Carrera 10 Estación de transmilenio Las Aguas - Carrera 19								
1.10. Tarifas									
Entrada Libre	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	N/A	Adulto	4.000 COP	Extranjeros	4.000 COP		
Adulto Mayor	Gratis			Estudiantes	3.000 COP	Grupos	Gratis: personas en situación de discapacidad y acompañante, mayores de 60 años, niños y niñas menores de 5 años.		
Niños	\$1.000			Tarifa única	N/A	Otro, ¿Cuál?	Ultimo domingos gratis.		
1.11. Servicios que ofrece el museo									
<input checked="" type="checkbox"/>	Tienda de Souvenirs	<input checked="" type="checkbox"/>	Auditorio	Capacidad pax	30 Pax				
<input checked="" type="checkbox"/>	Salas temporales	<input type="checkbox"/>	Restaurante	Especialidad					
<input checked="" type="checkbox"/>	Capacitaciones, talleres, socializaciones	<input type="checkbox"/>	Café - Cafetería						
<input type="checkbox"/>	Biblioteca	Capacidad pax	<input type="checkbox"/>	Parqueadero	Capacidad				
<input checked="" type="checkbox"/>	Audioguías	Idiomas	Español - Ingles	<input checked="" type="checkbox"/>	Material promocional	¿Cuál?	Separadores postales		
<input checked="" type="checkbox"/>	Recorridos guiados	Idiomas	Español - Ingles	<input type="checkbox"/>	Otros	Afiche proceres de independencia, lapices.			
	Quien hace los recorridos?			<input checked="" type="checkbox"/>	Baños				
	Guías de turismo	<input checked="" type="checkbox"/>							
	Funcionarios del museo	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Recorridos interpretativos				
	Pasantes o aprendices	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Ofrece diferentes líneas temáticas para los recorridos?				
	Profesional especializado	<input checked="" type="checkbox"/>			Cuales? Historia politica, modernidad y ambito cultural.				

1.12. Servicios para personas en condicon de discapacidad o en condiciones especiales (embarazadas, tercera edad, otros)				
<input type="checkbox"/> Rampas	<input type="checkbox"/> Baños	<input type="checkbox"/> Sistema para ciegos	<input type="checkbox"/> Ascensores	
<input type="checkbox"/> Puertas	<input type="checkbox"/> Sistema para sordos	<input type="checkbox"/> Ninguno	<input type="checkbox"/> N/A	
<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____				
Observaciones: La infraestructura del museo no cuenta con servicio para personas con discapacidad ni personal especializado para ello.				
1.13. Elementos de seguridad				
<input checked="" type="checkbox"/> Plan de evacuación	<input checked="" type="checkbox"/> Cámaras de seguridad	<input checked="" type="checkbox"/> Equipo contra incendios		
<input checked="" type="checkbox"/> Alarmas	<input checked="" type="checkbox"/> Equipo Emergencias	<input checked="" type="checkbox"/> Vigilancia		
<input type="checkbox"/> Ninguno	<input type="checkbox"/> N/A	<input checked="" type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____		
1.14. Número promedio de visitantes los fines de semana: 2.000 pax				
1.15. Tipo de visitante Local (<input type="checkbox"/>) Nacional (<input type="checkbox"/>) Internacional (<input type="checkbox"/>)				
1.16. Horario (Días y Horas de Visita)		1.17. Acceso		
Martes a viernes de 9:00 a.m a 5:00 p.m		Restringido (<input type="checkbox"/>) Permanente (<input checked="" type="checkbox"/>) Vista exterior (<input type="checkbox"/>)		
Sabados y domingos: 10:00 a.m a 4:00 p.m				
N/A <input type="checkbox"/>				
2. INFORMACIÓN DEL MUSEO PARA EL PRODUCTO DE TURISMO CULTURAL DE BOGOTÁ				
2.1. Descripción del inmueble: Según Guillermo Hernandez de Alba, esta casa es un ejemplar característico de la arquitectura residencial de Bogotá en los siglos XVI y XVII, legado de los esposos Sebastian Rodriguez de Trujillo y Maria de la Oliva. En 1810 era la tienda mas importante de la primera calle real. La casa se desarrolla en torno a un patio central, rodeado por un aporticado de columnas toscanas de piedra, sobre el que sobresale un balcon de madera. En el centro de este patio empedrado se encuentra una pila y sobre el costado sur, la escalera que conduce al segundo nivel. Sobre la fachada se resaltan el balcon corrido de la esquina, la columna que en su momento debio estar exenta, pero ahora esta embellecida en los muros y la sencilla portada de piedra que emarca el ingreso				
2.2. Descripción de la colección permanente: el museo posee alrededor de unos dos mil objetos relativos a la historia de la independencia de Colombia. Tambien tiene para la adquisicion de los visitantes libros especializados en el 20 de julio, memorial de agravios, carta a jamaica, la campaña de Boyaca, entre otros .				
2.3. Exposiciones temporales				
Nombre		Descripción		
La importancia de la mujer desde el siglo XIX hasta hoy.		Mujeres que le han dado forma a la nación colombiana, sus representaciones en el arte y piezas testimoniales. Presenta a un grupo de artistas colombianas del siglo XIX y comienzos del XX. Da a conocer cómo ellas lograron un lugar en el arte y los demás aspectos que rodeaban la vida femenina de la sociedad colombiana. La primera mujer en tener una cedula en colombia (Soledad de Samper) y Maria cano con el socialismo.		
2.4. Mencione las actividades complementarias de tipo cultural que ofrece el museo: Conciertos, talleres, ciclos de cine documental, visitas especializadas, Convocatorias como "Intervernir la Historia".				
2.5. Referencia otros atractivos para la ruta. ¿Cuáles? Museo de arte colonial, Quinta de Bolivar, actividades en el Jardín Narino.				
3. CALIFICACION				
3.1. Clasificación del museo		3.2. Categoría:		
Historia y Etnografía <input checked="" type="checkbox"/>	Ciencias naturales <input type="checkbox"/>	Muy buena (5) Buena (4) Regular (3) Deficiente (2) Muy deficiente (1) Inferior a las anteriores o no la tiene (0)		
Ciencia y tecnologia <input type="checkbox"/>	Arte <input type="checkbox"/>			
3.3 Significado: Local (<input type="checkbox"/>) Regional (<input type="checkbox"/>) Nacional (<input checked="" type="checkbox"/>) Internacional (<input type="checkbox"/>)				
3.4. ¿Es conveniente vincular ahora mismo el museo al producto?		SI	X	NO
3.5. Debilidades o puntos a fortalecer en el atractivo para su vinculación al producto : La accesibilidad de la infraestructura debe fortalecerse para incluir a personas con discapacidad fisica, visual o auditiva, asi mismo, mujeres en estado de embarazo, su posicionamiento en redes sociales y los sistemas de informacion virtual (páginas web, foros, reviews) utilizados para promocionar el museo.				

3.6. Comentarios finales: El museo representa uno de los destinos mas importantes para conocer la historia del pais, por lo cual, se puede utilizar para generar experiencias que generen recordacion en sus visitantes.

3.7. Fotografías



Diligenciado por	KATHERIN DIAZ TOSCANO MARIANA MARTÍNEZ GUERRA DARWIS SHARIF GARAVIZ RODRIGUEZ
Duración de la visita	11 días
Fecha	02, 03, 09, 10, 16, 17, 23 de Junio, 07, 08, 14 y 15 de Julio del 2018

Fuente: Autoría Propia

Como primera herramienta para la investigación se presenta la matriz de evaluación turística - Sernatur que especifica tres variables generales explicadas anteriormente, en primera medida se expone la información general del Museo, luego se detalla la información del mismo para el producto turístico de la ciudad de Bogotá y por último se tiene en cuenta la calificación que se le ha dado.

Para dar inicio al análisis correspondiente de la matriz de evaluación turística – Sernatur y como información general del Museo de la Independencia Casa del Florero cabe indicar que es un museo que se aloja en una construcción colonial, antes llamado Museo del 20 de Julio, ubicado en la Carrera 7 No. 11 – 28, esquina noreste de la Plaza de Bolívar dirigido por Elvira Pinzón Méndez bajo las normas de Ministerio de cultura, es un museo que se encuentra bien ubicado tanto por zona histórica y cultural como por fácil acceso de llegada por la cercanía a dos estaciones de Transmilenio (SITP- Sistema Integrado de Transporte Público) como lo son la Estación de Transmilenio las Museo del Oro - Carrera 10 y la Estación de Transmilenio Las Aguas - Carrera 19.

Es un museo accesible económicamente debido a que tiene diferentes tarifas dependiendo de su público, es decir, la tarifa para adultos es de: \$4.000 COP, la tarifa para niños (de 5 a 12 años) es de: \$1.000 COP, la tarifa para estudiantes es de: \$3.000 COP, la

tarifa para extranjeros es de: \$4.000 COP tal cual la política de adultos, y para personas en situación de discapacidad y acompañante, mayores de 60 años, niños y niñas menores de 5 años no aplica ningún valor. Por otro lado cabe resaltar que el último domingo de cada mes la entrada al museo es gratis, por ende las visitas al museo para analizar el flujo de personas y la evaluación general se realizaron los fines de semana (02, 03, 09, 10, 16, 17, 23 de Junio, 07, 08, 14 y 15 de Julio del 2018) que aplicaban tarifas normales.

El museo cuenta con tienda de Suvenires que es la tienda de Llorente ubicada en la puerta de salida, esta tienda está ubicada estratégicamente debido a que cuando el visitante culmina su recorrido se puede acercar y realizar las compras de los artículos que desee sin que pierda parte del recorrido; cuenta con una sala temporal que para la fecha en la cual se realiza la evaluación se presenta la exposición llamada: “La importancia de la Mujer desde el Siglo XIX hasta hoy”, el museo de la misma manera cuenta con actividades recreativas y lúdicas para colegios y grupos en donde por medio de capacitaciones y talleres explican a profundidad la importancia de la Independencia del país y narran de forma creativa los sucesos y hechos históricos, de la misma manera estas representaciones se hacen en el auditorio que tiene capacidad para 30 personas, un auditorio que cuenta con su proyector, su sonido y su espacio suficiente para estos grupos, de igual manera se debe también resaltar que en todos los recorridos el turista que hable solo inglés tiene la posibilidad de utilizar audio guías, sin embargo, como los guías que hacen el recorrido son bilingües, los visitantes pueden verificar si desean que el recorrido se haga en su idioma natal o utilizar este mecanismo, de igual forma, los recorridos los hacen guías de turismo, funcionarios del museo, aprendices y/o profesionales capacitados en historia, cultura, servicio e idiomas.

Una parte fundamental de esta evaluación es la adecuación que el museo tiene hacia sus visitantes, por este motivo y como se muestra en la matriz, este no cuenta con servicios para personas en condición de discapacidad o en condiciones especiales (embarazadas, tercera edad, otros), es decir, el museo no cuenta con rampas. sistema para personas con dificultad auditiva y visual, ascensores que permitan el desplazamiento por los dos pisos, baños accesibles, pues realmente estos tienen muy poco espacio y no son aptos para dicho público, en general, la infraestructura del museo no cuenta con ningún servicio para personas con discapacidad ni personal especializado para ello, pero, por otra parte, se debe reconocer

que el museo si cuenta con elementos de seguridad como son: plan de evacuación, alarmas, cámaras de seguridad, equipos de emergencia, equipos contra incendio, vigilancia, señales de evacuación.

Continuando con el análisis según observación propia e información general con la recepción del museo el numero promedio de visitantes los fines de semana son aproximadamente 2.000 personas tanto locales, nacionales como extranjeros, es decir, 1000 el sábado y 1000 el domingo sin tomar en cuenta los domingos en donde la entrada es gratuita, de este dato poblacional se toma la muestra de 160 personas que serán encuestadas (Información expresada en la ficha técnica de las encuestas), como el horario del museo sábados y domingos es de 10:00 am a 4:00 pm entran aproximadamente 167 personas a la hora bien sea a realizar el recorrido, solicitar información general o incluso a la tienda de Llorente que como ya se mencionó se encuentra a la salida costado sur del atractivo.

Por otra parte, se presenta la información del museo para el producto de turismo cultural de Bogotá, en el cual se especifica primero una breve descripción del inmueble, en la cual se establece que según Guillermo Hernández de Alba la casa donde se localiza hoy el Museo de la Independencia Casa del Florero es un ejemplar característico de la arquitectura residencial de Bogotá en los siglos XVI y XVII, legado de los esposos Sebastián Rodríguez de Trujillo y María de la Oliva. En 1810 era la tienda más importante de la primera calle real. La casa se desarrolla en torno a un patio central, rodeado por un aporricado de columnas toscanas de piedra, sobre el que sobresale un balcón de madera. En el centro de este patio empedrado se encuentra una pila y sobre el costado sur, la escalera que conduce al segundo nivel. Sobre la fachada se resaltan el balcón corrido de la esquina, la columna que en su momento debió estar exenta, pero ahora esta embellecida en los muros y la sencilla portada de piedra que marca el ingreso; luego se realiza la descripción de la colección permanente en la cual se especifica que el museo posee alrededor de dos mil objetos relativos a la historia de la Independencia de Colombia, lo cual hace que sea un atractivo al cual los residentes y turistas quieran visitar, tiene para la adquisición de los visitantes libros especializados en el 20 de julio, memorial de agravios, carta a Jamaica, la campaña de Boyacá, entre otros que hace que el turista se lleve consigo un recuerdo de su visita y estadía en la capital colombiana.

En el segundo piso del museo se encuentra un salón de exposiciones temporales que como ya se mencionó, se presenta la exposición llamada: “La importancia de la Mujer desde

el Siglo XIX hasta hoy”, estas exposiciones las cambian cada temporada de tiempo dependiendo de la agenda del museo, sin embargo es una exposición que no se encuentra en el recorrido, es más una sala de libre visita, es decir, si el turista decide acercarse a observar, leer y participar lo puede hacer por su propia cuenta, pero con esta sala sucede algo particular, la mayoría de las personas no la visitan, cuando se realiza el recorrido por el museo.

7.2.ENCUESTAS A TURISTAS.

Con este método de recolección de información se busca evaluar la percepción de los turistas frente al medio o soporte físico-ambiental, la hospitalidad y acogida por parte de la población local y los prestadores de servicios turísticos, el servicio final prestado, la libertad de elección para el cliente y un buen nivel de implicación del turista que permiten que un producto turístico adquiera una experiencia para sus visitantes.

TABLA 2. COMPONENTES DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS SEGÚN SMITH

COMPONENTES DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS SEGÚN SMITH	PREGUNTA
Medio o soporte físico-ambiental	P7. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con las instalaciones del museo?
	P8. Califique de 1 a 5 qué tan accesible y cómodo fue desplazarse por el museo siendo 5 el de mayor valor.
Hospitalidad y acogida	P3. Califique de 1 a 5 el servicio prestado por los guías y funcionarios del museo siendo 5 el de mayor valor.
	P2. ¿Considera que el servicio prestado fue eficiente y de calidad?
Libertad de elección	P10. Si en sus manos estuviera ¿Qué mejoraría en este lugar?
	P9. Su experiencia en el museo fue (Muy Buena-Muy Mala)
Nivel de implicación del turista	P1. ¿Que lo motivó a elegir el Museo Casa del Florero de Bogotá como destino turístico para visitar?
	P6. Después de visitar el Museo Casa del Florero. ¿Cuál sección o exposición fue su preferida?
Servicio final prestado	P4. ¿Qué tan empático fue el guía que le realizó el recorrido por el museo?
	P5. ¿Considera que la información ofrecida por los guías y funcionarios del museo fue clara y de fácil comprensión?

TABLA 3. FICHA TECNICA ENCUESTAS

FICHA TECNICA	
Diseño Muestral	Probabilístico- Muestreo Aleatorio Simple
Población Objetivo	Personas Mayores De 18 Años Que Visitan el Museo de la Independencia Casa del Florero los fines de semana
Universo Representado	2000 personas que visitan el Museo de la Independencia Casa del Florero en un fin de semana
Técnica	Entrevista cara a cara en la parte exterior de las instalaciones de Museo de la Independencia Casa del Florero
Tamaño De Muestra	160 personas
Momento Estadístico	Fecha Inicio: 21 de Julio del 2018
	Fecha Final: 22 de Julio del 2018
Financiación	Recursos Propios
Margen De Error Observado	7%
MUESTRA PARA POBLACIONES FINITAS	$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 * (N - 1) + Z * P * Q}$ $n = \frac{1,81^2 * 0,5 * 0,5 * 2000}{0,07^2 * (2000 - 1) + 1,81 * 0,5 * 0,5}$ $n = \frac{3,28 * 0,25 * 2000}{0,0049 * 1999 + 1,81 * 0,25}$ $n = \frac{1640}{9,7951 + 0,4525}$ $n = \frac{1640}{10,2476}$ $n = 160$ <p>Z= Constante o parámetro estadístico que depende del Nivel de Confianza P= Probabilidad de que ocurra el evento estadístico (exitoso) Q= Probabilidad de que no ocurra el evento N= Tamaño de la Población o Universo E= Nivel del error</p> <p><i>(Cid, Méndez y Sandoval, 2017, p.84).</i></p>

Con este método de recolección de información se busca perfilar las preferencias de los visitantes y de esta forma crear posibles mejoras que le permitan al Museo de la Independencia Casa del Florero disponerse al público, las cuales, nos darán las bases para que él mismo incentive de manera positiva la experiencia de los turistas que lo visitan.

Los datos se obtienen mediante el uso de preguntas estandarizadas con la finalidad de que cada turista encuestado las responda en igualdad de condiciones para evitar opiniones sesgadas que pudieran influir en el resultado de la investigación. Por lo anterior, se solicita a los turistas información a través de un cuestionario que será presentado de forma presencial con apoyo tecnológico para que de esta manera se puedan realizar los análisis según los componentes de los productos turísticos que se presentan como soporte para que los turistas al momento de realizar el recorrido por algún atractivo logren adquirir una experiencia más fácil, rápida y placentera; y junto a estos la interpretación de los datos mostrando de manera clara, ordenada y concisa la información como se evidencia a continuación.

- Sexo

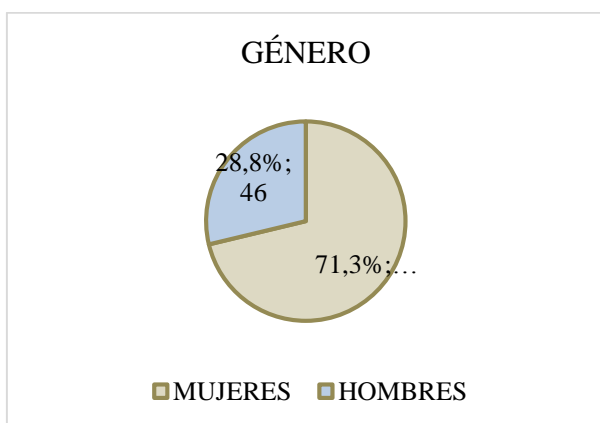


Figura 1: Género

- Edades

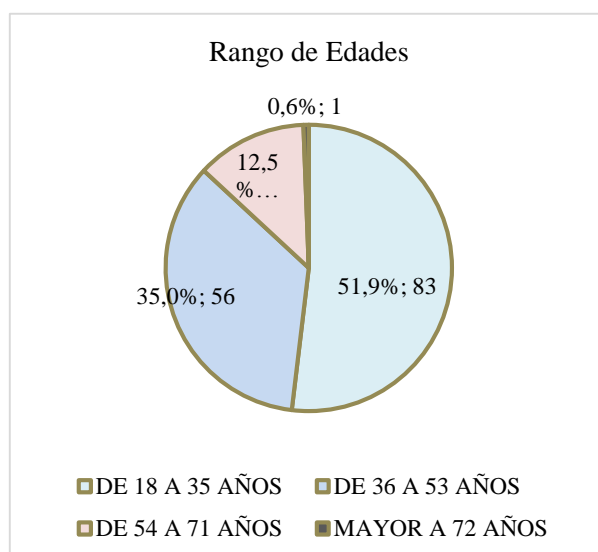


Figura 2: Edades

7.2.1. MEDIO O SOPORTE FISICO AMBIENTAL (PREGUNTAS 7 Y 8)

P7. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con las instalaciones del museo? Seleccione la respuesta con la que se sienta identificado.

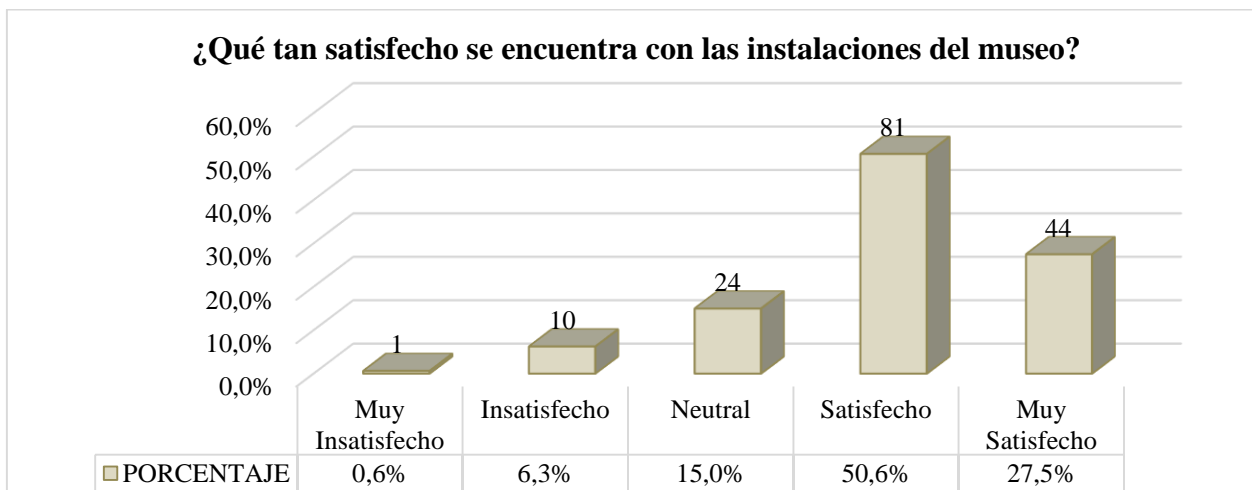


Figura 3: Pregunta No. 7

P8. Califique de 1 a 5 qué tan accesible y cómodo fue desplazarse por el museo siendo 5 el de mayor valor.

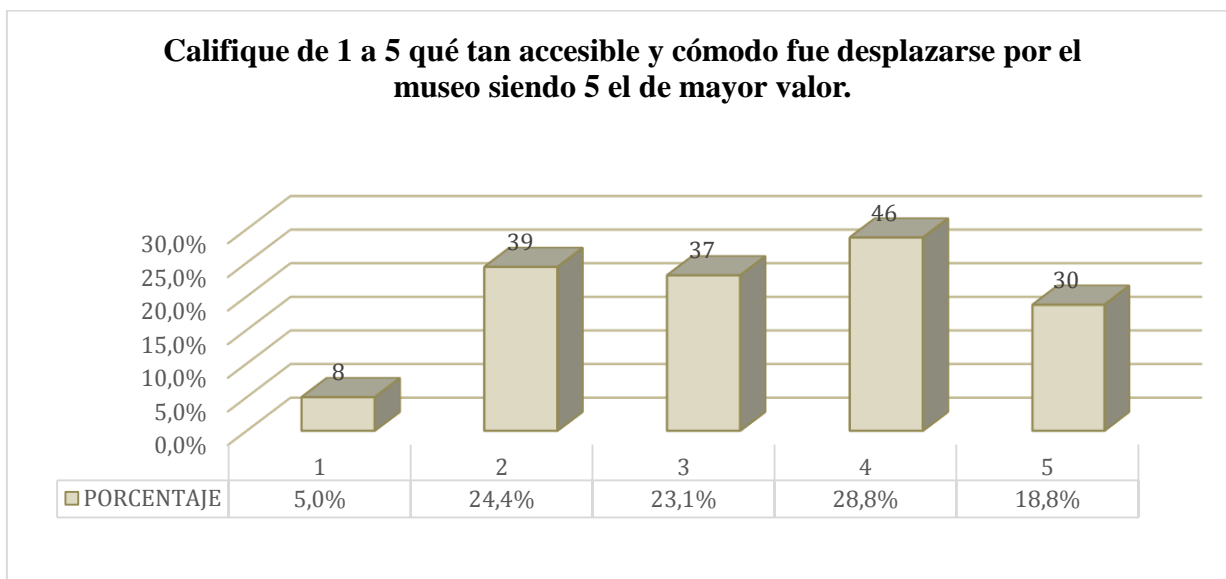


Figura 4: Pregunta No. 8

A nivel general y según la Figura No. 3 un 78.1% (125 personas) de los visitantes se encuentran satisfechos con las instalaciones del museo frente a un 21,9% (35 personas) que no lo están; esto respaldado por un 52.5% (84 personas) que reflejan su inconformismo

por las molestias presentadas pese a la falta de accesibilidad que posee el mismo tal como se presenta en la Figura No. 4, reflejando de esta manera una necesidad latente que tienen estos a la hora de hacer los recorridos ofrecidos por el museo.

Por lo anterior y en relación a lo expuesto por Smith para mejorar la experiencia que el turista tiene en el momento de realizar algún recorrido por el atractivo es necesario considerar el mejoramiento y la adecuación del Museo de la Independencia Casa del Florero para que todas las personas puedan ingresar y disfrutar de todo el espacio sin ningún tipo de inconveniente, puesto que cuando se realizó la evaluación turística se evidencio un gran déficit en la accesibilidad que el museo tiene para personas en condiciones de discapacidad, como bien se sabe es un patrimonio cultural y para realizar modificaciones de infraestructura es complejo, sin embargo, se pueden generar ciertas adecuaciones para aquellas personas que por falta de mecanismos (Barandas, baños accesibles, rampas, entre otros) no pueden realizar todo el recorrido por el museo.

7.2.2. HOSPITALIDAD Y ACOGIDA (PREGUNTAS 2 Y 3):

P2. ¿Considera que el servicio prestado fue eficiente y de calidad? Seleccione la respuesta con la que se sienta identificado.

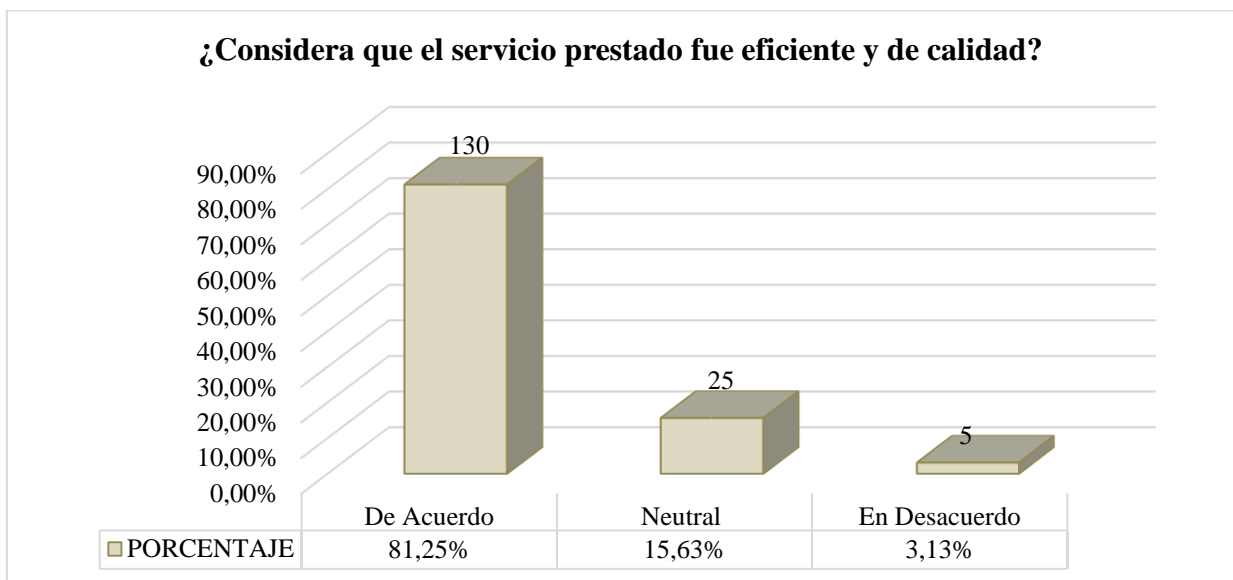


Figura 5: Pregunta No. 2

Como una de las fortalezas más grandes del museo, se presenta el servicio ofrecido por sus funcionarios, en la Figura No. 5 se evidencia la eficiencia y calidad en el servicio obtenido por los visitantes del museo con un 81,3% (130 personas).

P3. Califique de 1 a 5 el servicio prestado por los guías y funcionarios del museo siendo 5 el de mayor valor.

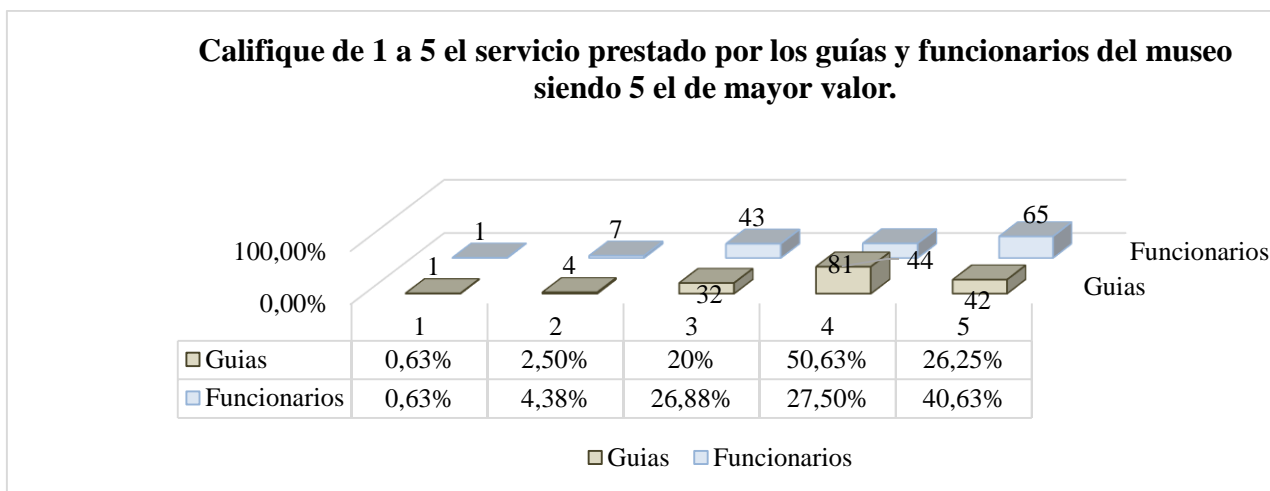


Figura 6: Pregunta No. 3

Cabe resaltar, que el mayor porcentaje que aportó a la experiencia de cada encuestado estuvo, en gran medida, en manos de los guías encargados de realizar los recorridos con un 76.9% (123 personas), sin embargo, los demás funcionarios muestran una capacitación óptima para servir a quienes visitan este museo ya que el 68.1% (109 personas) estuvieron de acuerdo en su gestión (Figura No. 6). Por lo anteriormente expuesto y en relación con el análisis DOFA desarrollado en la presente investigación, los guías certificados hacen parte fundamental para la experiencia de las personas que se interesan por sus exposiciones y es necesario continuar con su capacitación y las buenas relaciones entre ellos y su ambiente de trabajo dentro del museo.

Al momento de realizar las preguntas a los visitantes del museo ellos hacen claridad en el buen ambiente que éste posee, enfatizando que hacer el recorrido “no se vuelve aburrido sino entretenido” debido a que los guías y funcionarios del museo adquieren una buena capacitación en este aspecto, como menciona Smith, los productos

turísticos se presentan como un soporte para que los turistas en el momento de visitar el atractivo logren adquirir una experiencia placentera, por ello, es un punto importante debido a que mejora la experiencia del turista, el cual, tiene una expectativa antes de visitarlo.

7.2.3. LIBERTAD DE ELECCIÓN, (PREGUNTAS 9 Y 10):

P9. Su experiencia en el museo fue:

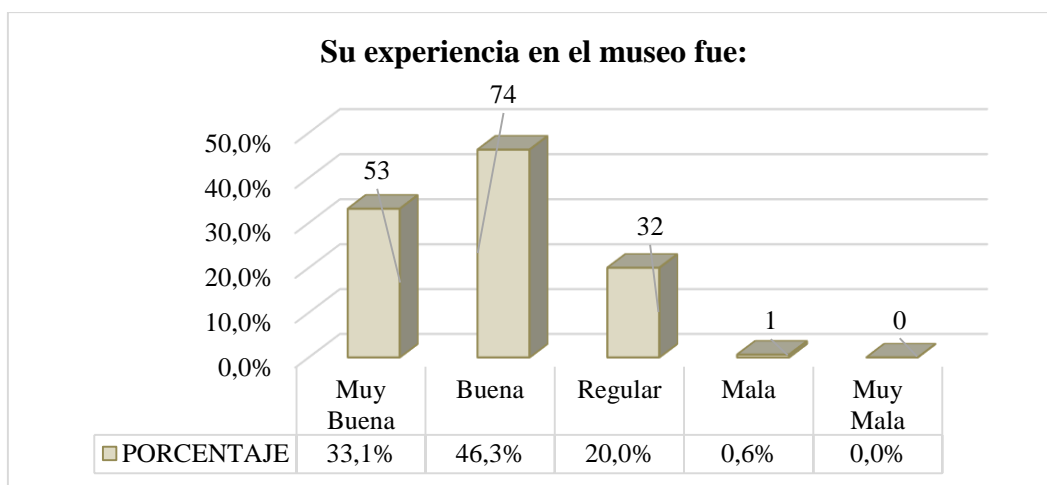


Figura 7: Pregunta No. 9

Según la Figura No. 7 indican una experiencia buena y positiva en la mayoría de encuestados, un 79.4% (127 personas) de los visitantes ahondan en su gran experiencia dentro del museo.

P10. Si en sus manos estuviera ¿Qué mejoraría en este lugar?

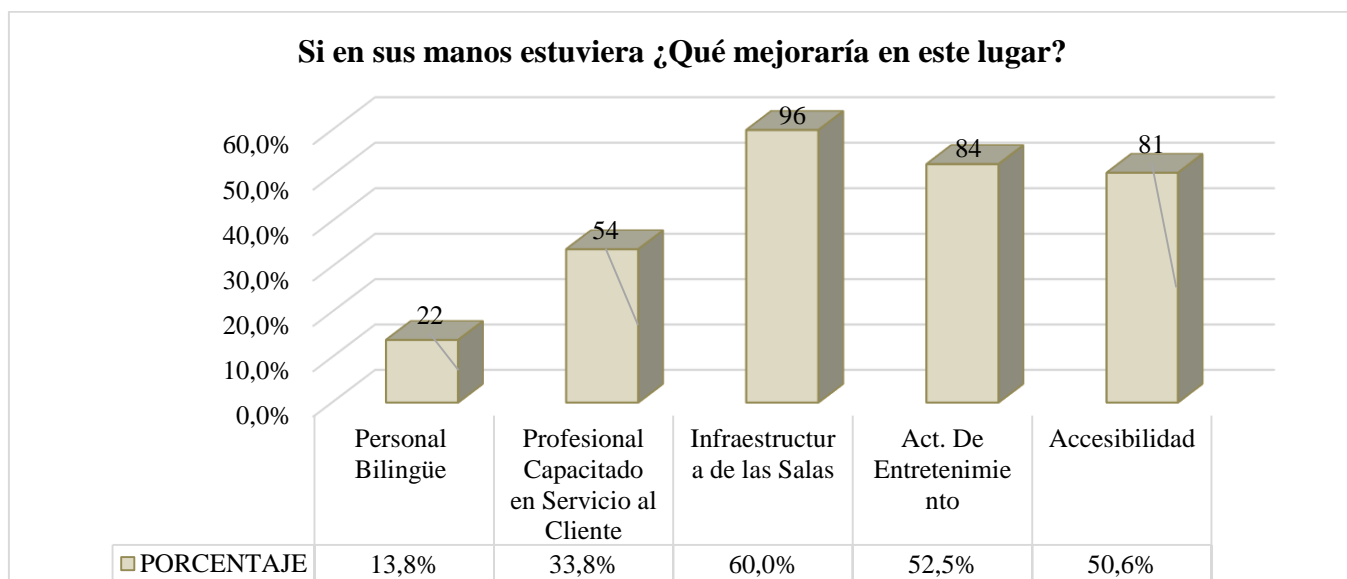


Figura 8: Pregunta No. 10

En la Figura No. 8 se evidencia como el 60% (96 personas) de estos solicitan mejorar la infraestructura en las salas puesto que en ellas existen horarios específicos y se presenta una aglomeración de personas que toman los recorridos pero se impiden unos con otros disfrutar acorde y tranquilamente de las exposiciones ofrecidas por el museo; las siguientes dos peticiones que predominan se enfocan en la generación de actividades de entretenimiento y la mejora de accesibilidad para personas en condición de discapacidad con un 52.5% (84 personas) y un 50.6% (81 personas) respectivamente. Esto es muy importante para esta investigación claramente, para los encuestados existe una clara necesidad de reforma en las instalaciones del museo por la cantidad de personas que lo visitan junto con la limitante para las personas en condición de discapacidad y las personas que desean disfrutar del Jardín Nariño con actividades de entretenimiento. Lo anterior, da como resultado la necesidad intrínseca en la variable correspondiente, la libertad de elección de cada visitante dentro del museo puede verse afectada por la cantidad de personas que toman los recorridos y aquellas que buscan nuevas formas de conocer sus exposiciones.

Restringe a una comunidad de personas con limitaciones físicas las cuales no logran acceder en áreas específicas del museo, la mayoría. De acuerdo con lo anterior, el museo posee actividades pedagógicas sólo dirigidas a niños pertenecientes a instituciones de la localidad, actividades que surgen de la oportunidad para expandirse al público en general

que podría disfrutar de nuevas experiencias dentro del museo y sus exposiciones permanentes y temporales.

7.2.4. NIVEL DE IMPLICACIÓN DE TURISTA (PREGUNTAS 1 Y 6):

P1. ¿Que lo motivó a elegir el Museo Casa del Florero de Bogotá como destino turístico para visitar? Seleccione las respuestas con las que se sienta identificado.

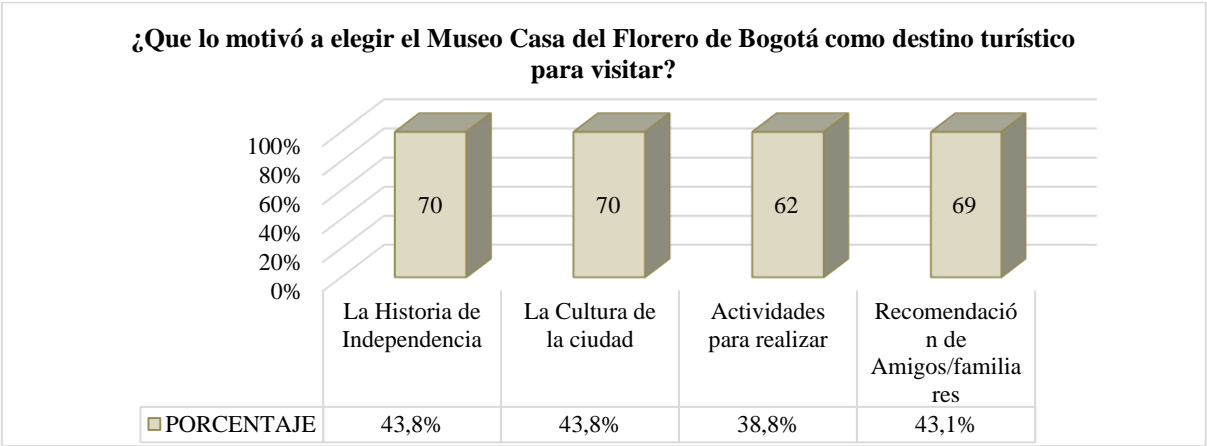


Figura 9: Pregunta No. 1

En esta variable se logran identificar las razones, expectativas e impacto que el turista tuvo al visitar el Museo de la Independencia Casa del Florero; en la Figura No. 9, la razones por las cuales el encuestado visitó el atractivo fueron muy equivalentes, ya que en su mayoría, la historia y la cultura de la ciudad (con un 43,8% cada una) fueron predominantes para escoger el atractivo turístico a visitar, paralelamente la recomendación de amigos y familiares (43,1%) toma un papel fundamental en la visita del atractivo, demostrando que las experiencias obtenidas dentro del museo repercuten en los visitantes potenciales que deseen visitarlo y en las expectativas con las que arriban a sus instalaciones.

P6. Después de visitar el Museo Casa del Florero. ¿Cuál sección o exposición fue su preferida?

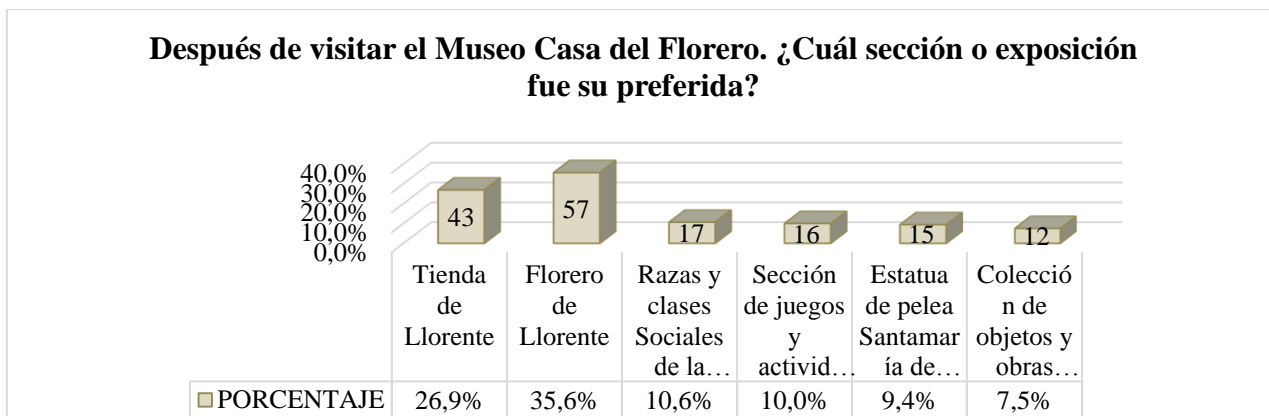


Figura 10: Pregunta No. 6

Gran parte de esas experiencias obtenidas por los encuestados se refleja en la recordación que ellos poseen de su visita, generando así bases y hechos para recomendar el museo, como lo muestra la Figura No 10 en donde el florero de Llorente goza del protagonismo dentro del recorrido con un 35.6% (57 personas) y la tienda de Llorente con un 26.9% (43 personas); las razas y clases sociales de la época, la sección de juegos y actividades para niños, la estatua de pelea de Santamaría con Llorente, la colección de objeto y obras de arte de la época tienen una participación muy similar puesto que cuentan con porcentajes de 10.6% (17 personas), 10% (16 personas), 9.4% (15 personas), 7.5% (12 personas) y respectivamente, lo que da a generar la percepción de que es importante no sólo enfatizar en uno o dos aspectos o espacios del atractivo sino mejorar las condiciones o herramientas para que todos los espacios tengan gran participación y el turista sienta mejor nivel de implicación con todo el museo en general.

7.2.5. SERVICIO FINAL PRESTADO (PREGUNTAS 4 Y 5):

P4. ¿Qué tan empático fue el guía que le realizó el recorrido por el museo? Seleccione su respuesta siendo 5 el de mayor valor.

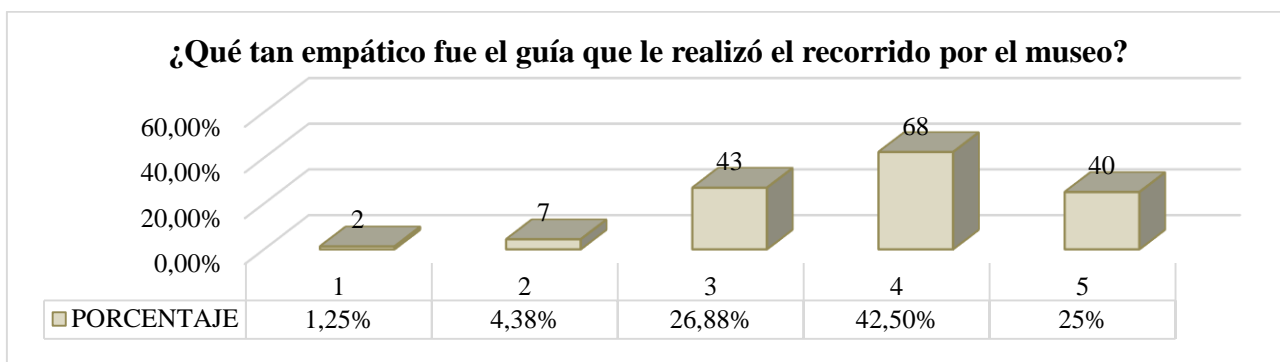


Figura 11: Pregunta No. 4

Es necesario conocer el servicio final prestado por medio de la empatía percibida del guía encargado del recorrido como hemos visto en anteriores análisis los guías presentan una gran calificación por parte de los encuestados y esta se ratifica por medio del 67.5% (108 personas) (Figura No 11) de los turistas que tomaron los diferentes recorridos del día, resaltando la labor de estos funcionarios certificados por el Ministerio de Cultura y altamente calificados para transmitir una información clara de cada obra expuesta en el atractivo

P5. ¿Considera que la información ofrecida por los guías y funcionarios del museo fue clara y de fácil comprensión?

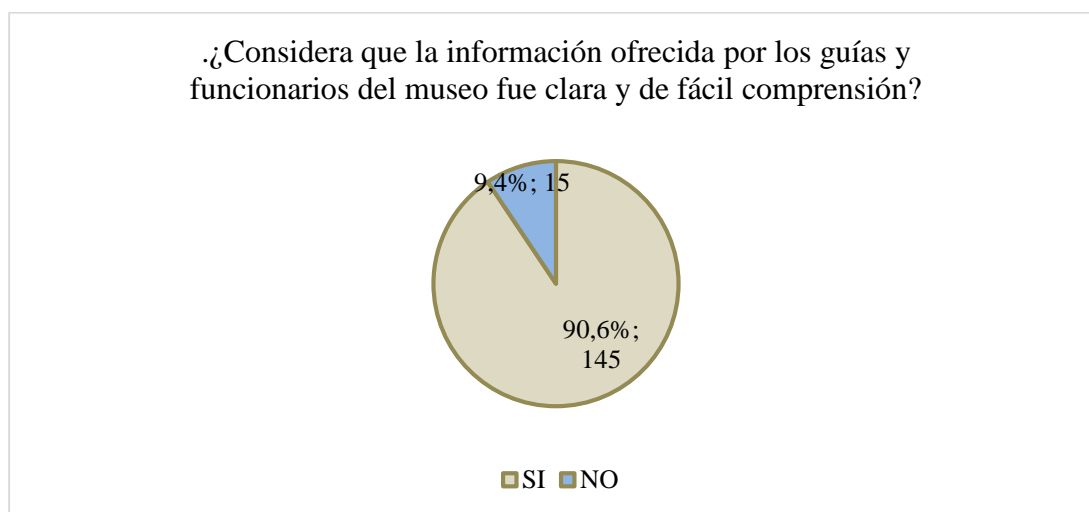


Figura 12: Pregunta No. 5

Finalmente los datos de la Figura No. 11 son respaldados por el 90.6% (145 personas) de los encuestados que están de acuerdo con la claridad y fácil comprensión de los temas expuestos por los guías (Figura No. 12).

7.3.MÉTODO DE ANÁLISIS ADMINISTRATIVO - ANÁLISIS DOFA

Para Amaya (2010, p. 1) la herramienta DOFA se define como una técnica utilizada para analizar escenarios de cualquier índole bajo una perspectiva enfatizada en puntos fuertes y débiles que dependen de la posición actual del museo y se relacionan, en su mayoría, con factores internos. Por otra parte, sus oportunidades y amenazas son antelaciones hechas del futuro y se enfocan principalmente en factores externos haciendo un análisis que permite identificar los aspectos que pueden traer la implementación de estrategias o pueden ser oportunidades para alcanzar los objetivos deseados del museo.

Acto seguido, se hace la valoración de los aspectos claves del proyecto, se continúa con las correspondientes estrategias conducentes a potencializar las fortalezas y las oportunidades, evitar o minimizar las debilidades y planear detalladamente las contingencias necesarias para enfrentar la materialización de las amenazas (Amaya, 2010), por lo anterior, el museo presenta situaciones que relacionan cada una de las variables expuestas, es decir, se relacionan las debilidades con las oportunidades con el fin de crear estrategias para el mejoramiento del museo; se llevan a cabo las relaciones entre las debilidades y las amenazas buscando establecer soluciones para mitigar obstáculos futuros; se presentan las fortalezas y oportunidades que pueden generar un desarrollo conveniente maximizando lo que el museo tiene para ofrecer; y finalmente se involucran las fortalezas con las amenazas exponiendo consigo aquello positivo a tener en cuenta minimizando posibles inconvenientes.

A continuación se presenta la matriz DOFA como herramienta que permite visualizar sus aspectos positivos y negativos permitiendo de esa manera llegar a posibles mejoras, como se detalla en el siguiente diagrama, este se desglosa de la siguiente manera: debilidades, se refiere a los aspectos internos que de alguna manera no permiten el desarrollo progresivo del museo; oportunidades, se refiere a aquellos elementos externos del museo que pueden llegar a ser utilizadas a favor para asegurar el crecimiento del mismo; fortalezas, se refiere a aquellos elementos internos del museo que lo hacen más competitivos; y amenazas, se refiere a aquellos sucesos externos que no son controlados por el museo y que de alguna manera pueden llegar a perjudicar, a partir de este análisis se presentan las estrategias que pueden ser llevadas a cabo para listar posibles mejoras en el mismo.

TABLA 4. ANALISIS DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS	<ul style="list-style-type: none"> • Guías certificados que hacen incluyente y ameno el recorrido de los visitantes. (Evaluación SERNATUR) • Tema exclusivo y de interés general como lo es la Historia Independentista Colombiana. (Evaluación SERNATUR) • Rotación de exposiciones al tener una sala exclusiva para esta. (Anexo 1, imagen 2) • Apertura de nuevas generaciones gracias a talleres pedagógicos para nuevas generaciones, los cuales, se imparten a colegios de la localidad (Anexo 1, imagen 1). • Presencia en medios digitales debido a la actualización de su página web. “ http://www.museoindependencia.gov.co/Paginas/default.aspx” 	<ul style="list-style-type: none"> • Espacio para movilidad de los visitantes, donde se evidencian pasillos y salas de reducidas para la cantidad de personas que las transitan (Anexo 1, imagen 4). • Deterioros estructurales debido a pisos que ya presentan ruidos al pasar sobre ellos. • Carencia de iluminación por cantidad de luz emitida en algunas salas del primer piso (Anexo 1, imagen 3). • Accesibilidad limitada para personas con discapacidad física debido a la carencia de rampas o ascensores para personas con paraplejia. • Nulos programas de publicidad para habitantes fuera de su localidad ya que sus talleres no se encuentran fuera del mismo.

FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo gubernamental para su mantenimiento por parte del Ministerio de Cultura. • Ubicación geográfica, situada en la calle más transitada que abre paso a la Plaza de Bolívar; Cra. 7 No. 11 – 28. • Nuevas tecnologías y métodos de interacción por medio de redes sociales. • Crecimiento turístico de Bogotá dado por ya que en 2017 recibió 1'770.000 turistas internacionales, lo que significo un crecimiento del 17,1 % frente al año anterior. (BOGOTATURISMO, 2018). http://bogotaturismo.gov.co/noticias/turismo-internacional-en-bogot-creci-un-17-en-el-ltimo-o • Adecuación de salas para su mayor visibilidad y accesibilidad, lo cual, eliminaría barreras para los visitantes con discapacidad física. 	<ul style="list-style-type: none"> • Museos con mayor índice de reconocimiento por locales y extranjeros, como lo es el museo del oro. • Visibilidad en su ubicación en cuanto a la fachada del mismo, ya que puede llegar a ser poco llamativa para los transeúntes. • Cambios de gobierno negativos, lo que podría producir reducciones de presupuesto para los museos que se rigen por el Ministerio de Cultura. • Disminución en el interés de los estudiantes que allí realizan sus talleres.

TABLA 5. ESTRATEGIAS DOFA

ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechamiento de su tema exclusivo para crear presencia en redes digitales involucrando sus guías y colaboradores. 2. Histórico de exposiciones rotativas para observar los temas que más llaman la atención a sus visitantes. 3. Con el apoyo del ministerio crear una forma llamativa para resaltar al museo en las afueras de su entrada para captar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bajo el apoyo y supervisión del ministerio proponer y lograr adaptaciones en el museo que permitan a personas discapacitadas acceder e interactuar con mayor facilidad en sus instalaciones. 2. Aprovechar el reconocimiento de los locales para hacer puentes de comunicación con personas de otras

<p>mejor la atención de visitantes y turistas.</p> <p>4. Aprovechamiento de nuevas tecnologías para los talleres pedagógicos llevados a cabo en el museo para aumentar el interés de las nuevas generaciones.</p> <p>5. Adecuar salas y tiempos rotatorios para los recorridos aprovechando las horas de afluencia de turistas en la localidad.</p> <p>6. Relacionarse con artistas que visitan regularmente la plaza de bolívar para que sus obras reflejen e inviten a sus asistentes a visitar el museo.</p>	<p>localidades y sus conocidos interesados en visitar el museo.</p> <p>3. Optimización de espacios para ampliar la comodidad de visitantes que tomen el recorrido o estén por su cuenta.</p> <p>4. Aprovechar medios tecnológicos para fomentar la participación de sus visitantes en la retroalimentación de su recorrido y expresión de su experiencia.</p>
ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
<p>1. Utilizar y divulgar la temática del museo como índice y captación principal de turistas y visitantes.</p> <p>2. Aprovechar la experticia de los guías para interactuar en los talleres pedagógicos brindados por el museo incentivando así a sus asistentes a compartir sus experiencias con amigos y conocidos.</p> <p>3. Por medio de la necesidad existente de la adecuación para personas con discapacidad, realizar labores de mantenimiento necesarios para evitar su deterioro.</p> <p>4. Por medio de los habitantes locales, crear una sinergia de visitantes periódicos que ayuden a mantener afluencia de personas dándole la importancia respectiva al museo de protección ante cualquier cambio gubernamental.</p> <p>5. Creación de rutas para la comunicación de entre administración y colaboradores, generando confianza y reconocimiento a la profesionalidad de sus guías y el ambiente laboral de sus colaboradores.</p>	<p>1. Proponer sinergias entre los principales museos de la ciudad para el fomento de participación ciudadana y turística en talleres y eventos realizados por los museos de la ciudad que beneficien al museo con afluencia de personas y reconocimiento nacional e internacional.</p> <p>2. Solicitar al ministerio de forma mancomunada el desarrollo y las facilidades para las personas que deseen realizar guianza turística como su profesión, además de capacitaciones dentro de la rama museística de Bogotá.</p> <p>3. Colocar en marcha acciones utilizadas por los principales museos de Bogotá para dar accesibilidad y facilidad a personas con discapacidad y mejor movilidad a los visitantes que se interesan por su actividad.</p>

8. PROPUESTAS DE MEJORA

Las posibles mejoras para el Museo de la Independencia Casa del Florero deben estar encaminadas al análisis expuesto anteriormente y según los 5 componentes del producto turístico que Smith propone, de estos se presentan: El medio o soporte físico - ambiental y la libertad de elección; que son los menos favorecidos y tienen ciertas desventajas dentro del producto turístico que evaluamos, junto con una gestión turística sostenible y haciendo de esta mejora un modelo integral entre el museo, su disposición, el manejo de sus recursos y el involucramiento de la comunidad.

Esta propuesta involucra las áreas más convenientes para el desarrollo del museo buscando el mejoramiento de sus procesos, queriendo lograr no solo la eficiencia en sus actividades sino la mejora en las experiencias de los turistas, quienes con guías competitivos y con miras hacia las tendencias de presentación histórica, conllevan a un mayor número de visitantes y el mejoramiento de su oferta turística a nivel ciudad.

Lista de posibles mejoras

- Verificar la existencia de un Plan de Trabajo de cada cargo en el museo donde exista un cronograma de actividades trimestral y como este aporta al crecimiento del museo y la experiencia del turista.
- Divulgar los programas de educación que lleva a cabo el museo, su desarrollo y como brinda este un aporte a quienes lo conforman.
- Evaluar el registro de los visitantes, creando una base de datos para realizar encuestas de satisfacción y para el envío de correos o mensajes de texto con información sobre las actividades del museo.
- Mejorar las relaciones con los colegios e incentivar a las universidades de Bogotá para que conozcan las exhibiciones y los diferentes eventos realizados.
- Invitar a las empresas turísticas y de diversos sectores para incluir dentro de sus planes de recreación y esparcimiento la visita al museo.
- Dar un espacio dentro de la página web para crear una galería de los visitantes y actualizarla periódicamente creando un vínculo más fuerte con la comunidad y una inclusión y experiencia positiva para el turista.
- Crear más talleres de creatividad para niños de los colegios aliados y desarrollar nuevos para incentivar a las universidades para participar en ellos.

- Crear actividades orientadas a toda la comunidad sobre sostenibilidad ambiental y la concientización de los hechos históricos ocurridos desde la independencia.
- Organizar foros con historiadores y críticos de los hechos independentistas en donde se pueda dar un diálogo abierto entre los asistentes al mismo y los expertos invitados.
- Apertura de biblioteca y espacio de lectura en el segundo piso del museo donde el turista o visitante pueda consultar los libros de historia de su preferencia.
- Llevar a cabo proyectos que a largo plazo que permitan adecuar la infraestructura del museo a personas con cualquier discapacidad física o mental y guías preparados para interactuar con ellos.
- Invitar agencias de viajes, operadores turísticos y puntos de información turística de la localidad para que conozcan el Museo y brindarles herramientas para que ellos vendan al Museo en los paquetes turísticos de Bogotá.
- En Bogotá se celebra el día y el mes de Patrimonio Cultural Colombiano desde el primero de septiembre, el Museo podría participar en el cronograma de actividades o promover por medio del Gobierno la celebración del Patrimonio en las instalaciones del mismo y sus alrededores.

9. CONCLUSIONES

El museo de la Independencia Casa del Florero es un atractivo de vital importancia histórica y cultural de la ciudad de Bogotá tanto para los residentes como para aquellas personas que lo visitan, debido a esto, el museo y su gestión debe estar a la altura de aquellos que llevan su misma línea temática, teniendo una visión clara de los servicios que presta y las tendencias turísticas de la actualidad. El turismo experiencial ha tomado fuerza y su ámbito de acción en estos atractivos turísticos puede ser de gran impacto para quienes tienen la posibilidad de visitarlo, creando en ellos sensaciones físicas, emocionales, espirituales y/o intelectuales.

Dichos impactos se evidencian a través de un Método de análisis administrativo - DOFA en el cual se reflejan fortalezas que encaminan de forma positiva las experiencias de los visitantes; sin embargo, existen algunas limitantes para personas en condición de discapacidad y falta de actividades lúdicas o diferenciales que pueden acarrear diferentes amenazas, tales como desinterés de las nuevas generaciones y deterioros estructurales los cuales podrían ser evitados por medio de métodos de interacción y adecuación de salas para mayor accesibilidad apoyándose en la entidad gubernamental que lo respalda, en este caso el Ministerio de Cultura.

Por otra parte, se debe tener en cuenta y valorar las opiniones de cada visitante para reconocer su interés frente a las exposiciones y las vivencias que el museo genera en él, de esta forma, los hallazgos obtenidos bajo herramientas investigativas dan una respuesta positiva, mostrando las perspectivas de cada visitante encuestado, y visualizado en los recorridos, los cuales, son de gran preferencia por quienes están a cargo; guías, practicantes, colaboradores y educadores que muestran los hechos históricos y la cultura colonial de forma inclusiva y haciendo referencia en el diario vivir de la mayoría de quienes asisten.

Pese a esto, se muestra inconformidad en el análisis de las variables: Medio o soporte físico-ambiental y Libertad de elección, en donde la queja más recurrente es la falta de accesibilidad, aglomeraciones de visitantes, infraestructura del lugar y poca participación del público en actividades diferentes a los recorridos guiados, de la misma manera este resultado se ve reflejado en la matriz de evaluación turística - Sernatur.

Basados en la investigación presentada, los cinco aspectos de Smith son una buena alternativa para evaluar como un atractivo turístico llega a ofrecer experiencias a sus visitantes a través de lo que cada uno de ellos brinda. Además, se evidenció la relación existente entre las experiencias obtenidas por el turista y la disposición general del Museo (infraestructura, accesibilidad, servicio prestado, hospitalidad e implicación del turista en las actividades desarrolladas en el recorrido) y se refleja cómo esta, influye en las experiencias que los turistas tienen dentro del museo y como se puede cambiar a partir del análisis de las mismas.

Se debe tener presente que su accesibilidad en relación a su infraestructura debe fortalecerse para incluir a personas con discapacidad física, visual o auditiva, así mismo, mujeres en estado de embarazo, su posicionamiento en redes sociales y los sistemas de información virtual (páginas web, foros, etc.) utilizados para promocionar el museo, esto debido a que representa uno de los destinos más importantes para conocer la historia del país, por lo cual, se puede utilizar para generar experiencias que generen recordación en sus visitantes, y hacer que el museo tenga la mejor disposición para que las experiencias de sus visitantes sean las mejores.

Finalmente y gracias a los hallazgos obtenidos por las herramientas utilizadas, se enlistan posibles mejoras para incrementar la eficiencia de sus actividades, su reconocimiento y el posicionamiento dentro de la ciudad de Bogotá; con el fin de reunir el tiempo necesario para la planeación de nuevas experiencias que el turista o visitante pueda disfrutar y ser un referente en el ámbito museístico de la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía Mayor de Bogotá: Instituto Distrital de Turismo y Corporación Tropofilia. (2016), Guía de Museos, Bogotá, s. e.

Amaya, J. (2010). “El Método DOFA, Un Método Muy Utilizado Para Diagnóstico De Vulnerabilidad Y Planeación Estratégica”, [en línea], disponible en: <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/portal/sites/default/files/8.%20M%C3%A9todo%20DOFA%20para%20diagn%C3%B3stico.pdf>, recuperado: 27 de agosto de 2018.

Calvo, S. (2017), “La Transmisión Cultural en los Museos”, [en línea:], disponible: <http://posgrado.filo.uba.ar/sites/drupalbase.filo.uba.ar/files/Calvo.%20Transmision%20Cultural.pdf>, recuperado: 10 de julio de 2017.

Cid, A.; Méndez, R. y Sandoval, F. (2007), *Investigación. Fundamentos y Metodología*, Mexico, Person.

Consejo Internacional de Museos (ICOM). (2017), “Definición del Museo”, [en línea], disponible en: <http://icom.museum/la-vision/definicion-del-museo/L/1/>, recuperado: 20 de Noviembre de 2017.

Consejo Internacional de Museos (ICOM), y Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2006) “Cómo administrar un museo: manual práctico”,[en línea], disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001478/147854s.pdf> , recuperado: 20 de Noviembre de 2017

Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). (2016), “Paz en Colombia, perspectivas, desafíos, opciones”, [en línea:], disponible en: http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20160930124934/Paz_en_Colombia.pdf, recuperado: 5 de agosto de 2017.

Fuentes, C. et al. (2015). “La Creación Y Promoción De Experiencias En Un Destino Turístico. Un Análisis De La Investigación Y Necesidades De Actuación”, [en línea], disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/398/39838701003.pdf>, recuperado: 25 de agosto de 2018.

Gama, M. y Favila, H. (2017). “Una aproximación a la experiencia turística desde la Antropología del Turismo: una mirada mutua al encuentro entre turistas y locales”, [en línea], disponible en: http://www.pasosonline.org/Publicados/16118/PS118_13.pdf , recuperado: 20 de agosto de 2018.

Ibañez, R. (2011), “Impactos De La Actividad Turística En La Forma De Vida De La Sociedad Local Y El Patrimonio Cultural En Guaranda, Educador: Percepción De Los Visitantes”, [en línea:], disponible en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/ri.pdf> , recuperado: 3 de agosto de 2017.

Mantecón, A. (2008), *La Experiencia del Turismo, un estudio sociológico sobre el proceso turístico residencial*, Barcelona, Book Print Digital S.A.

“Maya Angelou Citas” (2017) [en línea:], disponible en: <https://www.brainyquote.com/es/autores/maya-angelou>, recuperado: 03 de julio de 2017.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2018), “Boletín Mensual Turismo – enero 2018” [en línea:], disponible en: http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=83470&name=OEE_JR_Turismo_Enero__08-03-2018.pdf&prefijo=file, recuperado: 5 de febrero de 2018.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2014), “Norma Técnica Sectorial Colombiana- Turismo Sostenible 001-1” [en línea:], disponible en: http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=75404&name=NTS_TS_001-1_PUBLICADA_MINCIT.pdf&prefijo=file, recuperado: 4 de agosto de 2017.

Morales Carmona, I. y Freitag, V. (2014), “Los Museos en el Siglo XXI: nuevos retos, nuevas oportunidades”, [en línea]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=337030167004>, recuperado: 20 de noviembre de 2017.

“MUSEOLOGÍA Y MUSEOGRAFÍA. Conceptos” (2017) [en línea:], disponible:

[https://previa.uclm.es/PROFESORADO/irodrigo/DEFINICIONES%20DE%20%20MUSEO S.pdf](https://previa.uclm.es/PROFESORADO/irodrigo/DEFINICIONES%20DE%20%20MUSEO%20S.pdf), recuperado: 20 de agosto de 2017.

Organización Mundial del Turismo. (2017). “Turism and future energy: committed to curb emissions”, [en línea:], disponible en: <http://media.unwto.org/es/press-release/2017-07-25/tourism-and-future-energy-committed-curb-emissions>, recuperado: 27 de junio de 2017.

Peñalosa Londoño, E. (2015), “Programa De Gobierno Coalición Equipo Por Bogotá - Cambio Radical: Recuperemos Bogotá”, [en línea:], disponible en: http://www.secretariajuridica.gov.co/sites/default/files/PROGRAMA_DE_GOBIERNO_Enrique_Penalosa_4.pdf, recuperado: 15 de agosto de 2017.

Programa Fortalecimiento de Museos (PFM), (2016), “Museo de la Independencia Casa del Florero”, [en línea:], disponible en: <http://www.museoscolombianos.gov.co/museos-del-ministerio-de-cultura/museo-de-la-independencia-casa-del-florero/Paginas/default.aspx> recuperado: 09 de agosto de 2017.

Rivera Mateos, M. (2013), “El Turismo Experiencial Como Forma de Turismo Responsable e Intercultural” [en línea:] disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4768331>, recuperado: 4 de septiembre del 2017.

Sánchez Arciniegas, C. I. (2014), “Turismo Creativo y la Legislación Colombiana: Orígenes, Retos y Perspectivas”, [en línea:], disponible en: <https://opca.uniandes.edu.co/es/index.php/turismo-creativo-y-la-legislacion-colombiana-origenes-retos-y-perspectivas>, recuperado: 1 de septiembre de 2017.

ANEXOS

ANEXO No.1

De la observación realizada se obtuvieron los siguientes resultados:



Con la presente fotografía se describen cada una de las actitudes que las personas participes a este recorrido tomaron, se destaca la atención que los niños prestan al recorrido, se percibió el motivo de la visita de los menores, la cual, era temas

académicos, sin embargo, los acompañantes de los menores se presentaban muy comprometidos con ello, cada una de las personas tuvo actitudes positivas frente al intercambio de conocimientos que se estaba presentando en el recorrido.

Se observa una interacción favorable, conexión entre el guía del recorrido con cada generación, niños, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad participando con sus comentarios frente a la historia de independencia. Se evidencia la atracción que genera el relato del guía en las personas que están más apartadas del grupo.



En esta imagen se denota el tipo de visitantes que asisten al Museo de la Independencia Casa del Florero; la mayoría de visitantes que asistieron durante el día son nacionales residentes en la ciudad de Bogotá. La mayoría de visitantes son familias que visitan el Museo para conocer un poco sobre la historia y el significado de la casa en donde se encuentra este Museo. Dentro de las actitudes que se denota en las personas, como lo se observa en la foto, son actitudes de



atención y curiosidad por las cosas que el guía relata en el momento, ya que el recorrido que auditamos era un recorrido guiado por personal del Museo.

Además de ello notamos que las personas están más atraídas a conocer

el museo cuando existe una persona que les orienta la visita, de esta manera el visitante conoce todo el museo y entiende el significado del mismo.

Esta es una fotografía tomada en el momento en que todos los participantes conocen los restos del florero, se denota atención, curiosidad y participación por parte de cada visitante.



ANEXO No. 2

Turismo experiencial en el Museo de la Independencia Casa del Florero

A continuación se presentan las preguntas de las encuestas planteadas:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScZdJE4ErEkeyq0JqOiXy6J2iBNdtCuvk0RrhhqIoES3dE0Ng/viewform>

P1. ¿Que lo motivó a elegir el Museo Casa del Florero de Bogotá como destino turístico para visitar? Seleccione las respuestas con las que se sienta identificado.

- La historia de independencia
- La cultura de la ciudad
- Las actividades que se pueden realizar
- Recomendación de amigos y/o familiares

P2. ¿Considera que el servicio prestado fue eficiente y de calidad? Seleccione la respuesta con la que se sienta identificado.

- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo

P3. Califique de 1 a 5 el servicio prestado por los guías y funcionarios del museo siendo 5 el de mayor valor.

P4. ¿Qué tan empático fue el guía que le realizó el recorrido por el museo? Seleccione su respuesta siendo 5 el de mayor valor.

P5. ¿Considera que la información ofrecida por los guías y funcionarios del museo fue clara y de fácil comprensión?

- Si
- No

P6. Después de visitar el Museo Casa del Florero. ¿Cuál sección o exposición fue su preferida?

- Tienda de José González Llorente
- El Florero de Llorente
- Razas y clases sociales de la época
- Sección de juegos y actividades para niños
- Estatua de la pelea de Santamaría con Llorente
- Colección de objetos y obras de arte de la época
- Narración y presentación de los sucesos de la época

P7. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con las instalaciones del museo? Seleccione la respuesta con la que se sienta identificado.

- Muy insatisfecho
- Insatisfecho
- Neutral
- Satisfecho
- Muy insatisfecho

P8. Califique de 1 a 5 qué tan accesible y cómodo fue desplazarse por el museo siendo 5 el de mayor valor.

P9. Su experiencia en el museo fue:

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

P10. Si en sus manos estuviese ¿Qué mejoraría en este lugar?

- Personal Bilingüe en el Museo
- Profesional capacitado en servicio al cliente
- Mejorar la infraestructura en las salas de exposición
- Generación de actividades de entretenimiento a los turistas
- Mejor accesibilidad para personas en condición de discapacidad

**LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE
ESTUDIANTES.**

Los suscritos

Angie Katherin Díaz Toscano con C.C. N° 1.073.428.286, Kelly Mariana Martínez Guerra con C.C. N° 1.014.290.557 y Darwis Sharif Garaviz Rodriguez con C.C. N° 1.019.126.307 actuando en calidad de autores del trabajo de grado que lleva por título Adecuación del museo de la independencia casa del florero y su relación con las experiencias de sus visitantes elaborada para efectos de optar por el título de Administradores turísticos.

Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en Bogotá, el año 2018 del mes de Septiembre a los 21 días.

FIRMA

Firma	<u>Katherin Diaz</u>	C.C.	<u>1'073.428. 286</u>
Firma	<u>[Signature]</u>	C.C.	<u>1.014.290.557</u>
Firma	<u>[Signature]</u>	C.C.	<u>1.019.126.307.</u>

FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

TITULO COMPLETO		
ADECUACIÓN DEL MUSEO DE LA INDEPENDENCIA CASA DEL FLORERO Y SU RELACIÓN CON LAS EXPERIENCIAS DE SUS VISITANTES		
AUTORES		
Apellidos completos	Nombres completos	
Diaz Toscano	Angie Katherin	
Martínez Guerra	Kelly Mariana	
Garaviz Rodríguez	Darwis Sharif	
TUTOR DE TRABAJO DE GRADO		
Apellidos completos	Nombres completos	
Barriga Barriga	Claudia Lilian	
PROGRAMA ACADÉMICO		
Nombre del programa	Tipo de programa (marque con una x)	
Administración turística III	Pregrado	X
	Especialización	
	Maestría	
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	NÚMERO DE PÁGINAS
Bogotá D.C	2018	48
PALABRAS CLAVES		
Español	Inglés	
Turismo	Tourism	
Turismo experiencial	Experiential tourism	
Museo	Museum	
Turistas	Tourist	
Visitantes	Visitors	
Análisis	Analysis	
Disposición	Layout	
Metodología	Methodology	
RESUMEN (Máximo 250 palabras)		
<p>El presente trabajo de investigación, consiste en verificar la disposición actual del Museo de la Independencia Casa del Florero basado en la descripción de la percepción que tienen sus visitantes frente a esta.</p> <p>El problema de investigación se enfocó en analizar los aspectos que relacionan la disposición del Museo de la Independencia Casa del Florero con las experiencias de sus visitantes, perspectivas fundamentales para el desarrollo del turismo experiencial dentro del atractivo turístico. Dicho análisis pretende categorizar las experiencias turísticas que se presentan gracias a la adecuación ofrecida por el Museo, con el fin, de interpretarlas y lograr listar posibles mejoras que permitan acrecentar las</p>		

experiencias de los visitantes en el mismo. El problema, por otra parte, surge de la oportunidad que tiene el Museo y la ciudad de Bogotá para aumentar el dinamismo del sector junto al progreso socio-económico y la importancia del desarrollo de esta tipología de turismo gracias a su potencial descrito por el gobierno actual de la ciudad.

La investigación se llevó a cabo en base a una metodología mixta (cuantitativa y cualitativa) obteniendo información de fuentes literarias, métodos administrativos, evaluación del atractivo turístico y encuestas dirigidas a visitantes del Museo de la Independencia Casa del Florero. Se analizan las perspectivas de los visitantes categorizándolas en 5 variables obtenidas dentro del marco teórico. Lo anterior, amparó el desarrollo de conclusiones y posibles mejoras, que pretenden ayudar al Museo de la Independencia Casa del Florero a obtener una visión general de la percepción obtenida por sus visitantes y cómo influye su adecuación y/o disposición en la experiencia de su visita, con el fin de tomar decisiones sobre la prestación de su servicio turístico.